



24 yıldan bu yana... **Sadece gazete!**

İÇİNDEKİLER



- 03 İzzet VOLKAN**
Yeni dönem... Yeni hedefler
- 04 Karikatürler**
- 07 Nezire GÜRKAN**
Vitrinimiz imajımız ne durumda!
- 08 Kadir KABA**
Kıbrıs Türk fotoğrafçılığının kökeni
- 16 Eda EMİNAĞA BAŞTUĞ**
Ülkemizdeki reklamcılık sektörü
- 20 Özgül GÜRKUT**
Gazetelerin çoğunun mizanpajı kötü
- 30 Aysu ARSOY**
Medyada görsellik
- 32 Metin ERSOY**
Kıbrıs Türk medyasındaki habercilik...
- 42 Gözde SÜREÇ SARI**
Abdullah ÖZTOPRAK ile röportaj
- 46 Süleyman İRVAN**
Basın fotoğrafçılığında etik sınır
- 50 Faika YALVAÇ**
Dijital görünümün getirdikleri
- 52 Tuğçe ÜLKÜ AYDIN**
Serhat İNCİRLİ ile röportaj
- 56 Atilla KIZILTAN**
Gazetenin vitrini
- 58 Emine HOCA**
Medyalaşa(ma)mak
- 61 Sefa KARAHASAN**
Medyada yatırım da görsellik de yok
- 62 Gazi YÜKSEL**
Foto muhabirliği ruhu
- 66 Fatma ARPALIKLI**
Dünden bugüne gazeteler
- 72 Rahme ÇİFTÇİOĞLU**
Memleketin en meşhur polis muhabiri
- 78 Fezile KESAT**
Bir gazeteden daha fazlası
- 82 Tolga ADANALI**
Foto muhabirliği ve gazetecilik
- 84 Gözde AKBEN BEKİR**
Ekranın yüzleri sorunlarını anlattı
- 88 Simge ÇERKEZOĞLU**
Kültür Sanat Yazın
- 92 Ergül ERNUR**
Kayıt Dışı
- 96 Doğuş ÖZOKUTAN ÇİFTÇİOĞLU**
Bizim Mahalle
- 98 Süleyman İRVAN**
Medya Etik Kurulu'ndan haberler
- 102 KTGB Haberler**
KTGB' de yeni dönem

62



Yeni dönem... Yeni hedefler...



İzzet VOLKAN
KTGB Başkanı
izzet.volkan@hotmail.com

Değerli Meslektaşlarım,

Sizlere, birliğimizin yayın organı Medya'dan ilk kez seslenmenin gurur ve mutluluğunu yaşıyorum.

Göreve geldiğimiz günden itibaren Yönetim Kurulu olarak tüm gücümüzle birliğimize en iyi hizmeti verebilmek için çalışmalarımıza başladık. Yönetim Kurulu olarak sizlere ilettiğimiz 2014 – 2016 Çalışma Programı'nda Medya dergisinin üç ayda bir yayınlanmasına devam edilmesine önem verileceği vurgulandı. Bu doğrultuda kısa sürede özveri ile çalışma yapan Medya Dergisi Yayın Kurulumuz, Medya 10'uncu sayısını hazırlamış ve siz değerli üyelerimiz ve kamuoyunun hizmetine sunma başarısını göstermiştir.

Medya'nın bu dönemdeki ilk sayısında, önemli röportaj,

değerlendirme ve araştırmalar yer alıyor, kendimizi ve medyamızı buluyorsunuz.

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği yeni yönetimi olarak bizler, birliğimizin başlıca amacı olan gazetecilik mesleğini korumak ve gazetecileri meslekleri içinde maddi ve manevi yönleriyle ilerletmek için iki yıllık dönemimiz içinde gerekli çalışma ve girişimleri yapmaya azami özen göstereceğiz. Mesleki sorunların çözümü için çabalarımızın süreceğini vurgularken, basın özgürlüğü önündeki engellerin aşılması ve özgürlükçü basın ortamının oluşması için etkin rol oynamaya devam edeceğiz. Birliğimiz, gerek medyada çalışanların uğradığı haksızlıklar ve çalışma koşullarındaki anomalilerin giderilmesi, gerekse basın kuruluşlarımızın yaşamakta olduğu ekonomik ve haksız rekabetten

kaynaklanan sorunların aşılması konusunda her türlü çalışmayı yapacaktır. Özel önem verdiğimiz Medya Etik Kurulu'nun, etik sorunları gidermek için, daha aktif ve söz sahibi bir konuma gelmesi yönünde desteğimiz de artarak sürecektir.

Medya, yasama, yürütme ve yargının dışında halk adına bu kuvvetleri denetleyen dördüncü kuvvet olarak ifade edilmektedir. Medyanın, siyasal iktidar karşısında özerk ve etkin bir güç olması halinde bu işlevi yaşamsaldır.

Medya Yayın Kurulu'nda görev yapan arkadaşlarıma derginin yayınlanması için gösterdikleri gönüllü çaba, fedakarlık ve özverili çalışmalarından dolayı teşekkür ederim.

Medya

Sahibi

K.T. Gazeteciler Birliği

Yayın Kurulu

Nezire Gürkan, Hüseyin Sayıl, Zafer Kodan, Doğuş Özokutan Çiftçioglu, Özgül Gürkut Mutluyakalı

İletişim:

gazetecilerbirligi@yahoo.com

www.gazetecilerbiligi.com

Tel: 0 392 225 77 96

Adres:

Dr. Küçük Bulvarı,
Mehmet Ali Akpınar Sok. SOS Çocuk Köyü yanı
BRTK karşısı / Lefkoşa

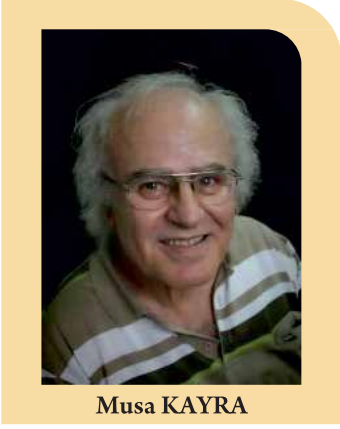
Grafik Tasarım

Eren Meral

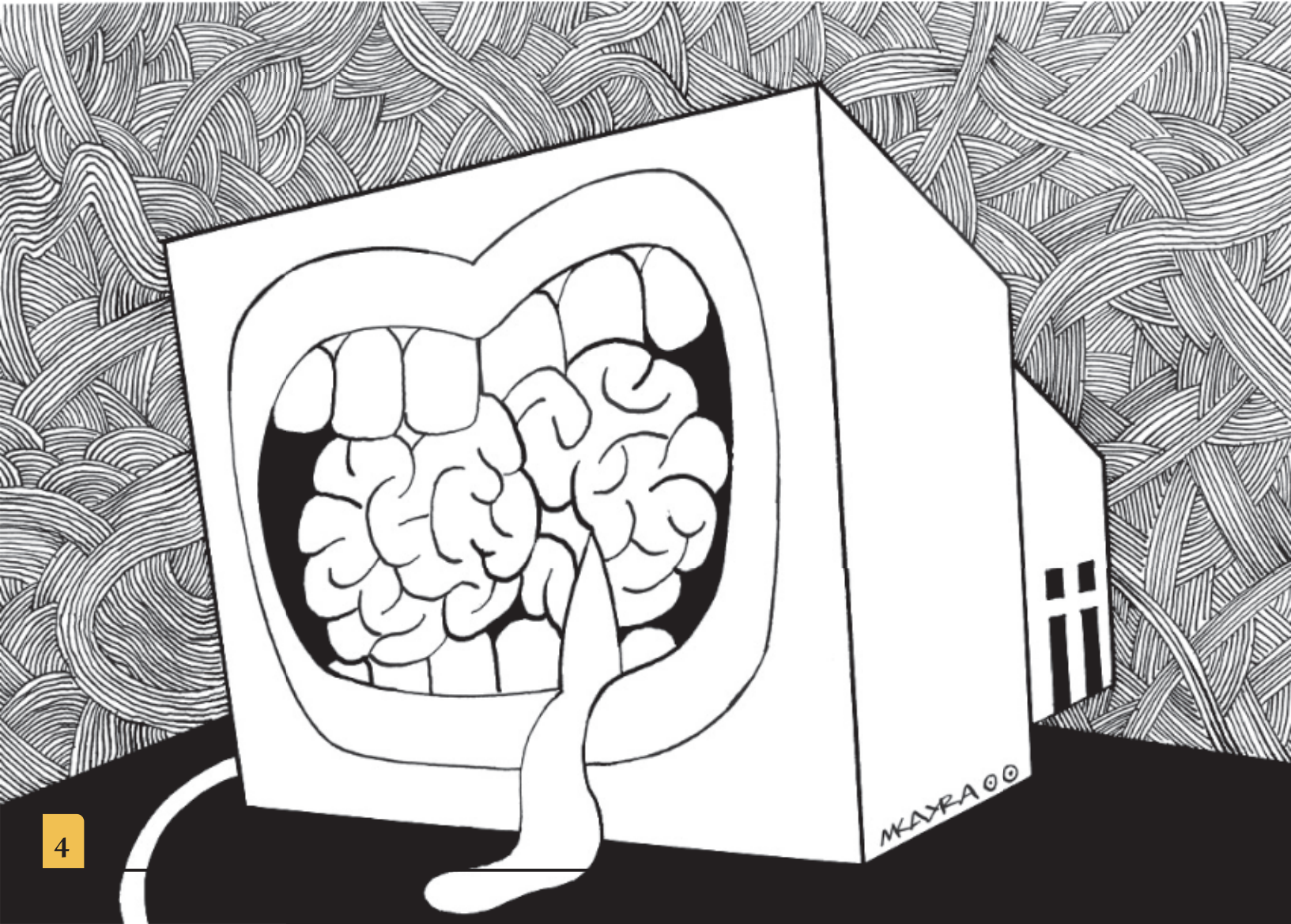
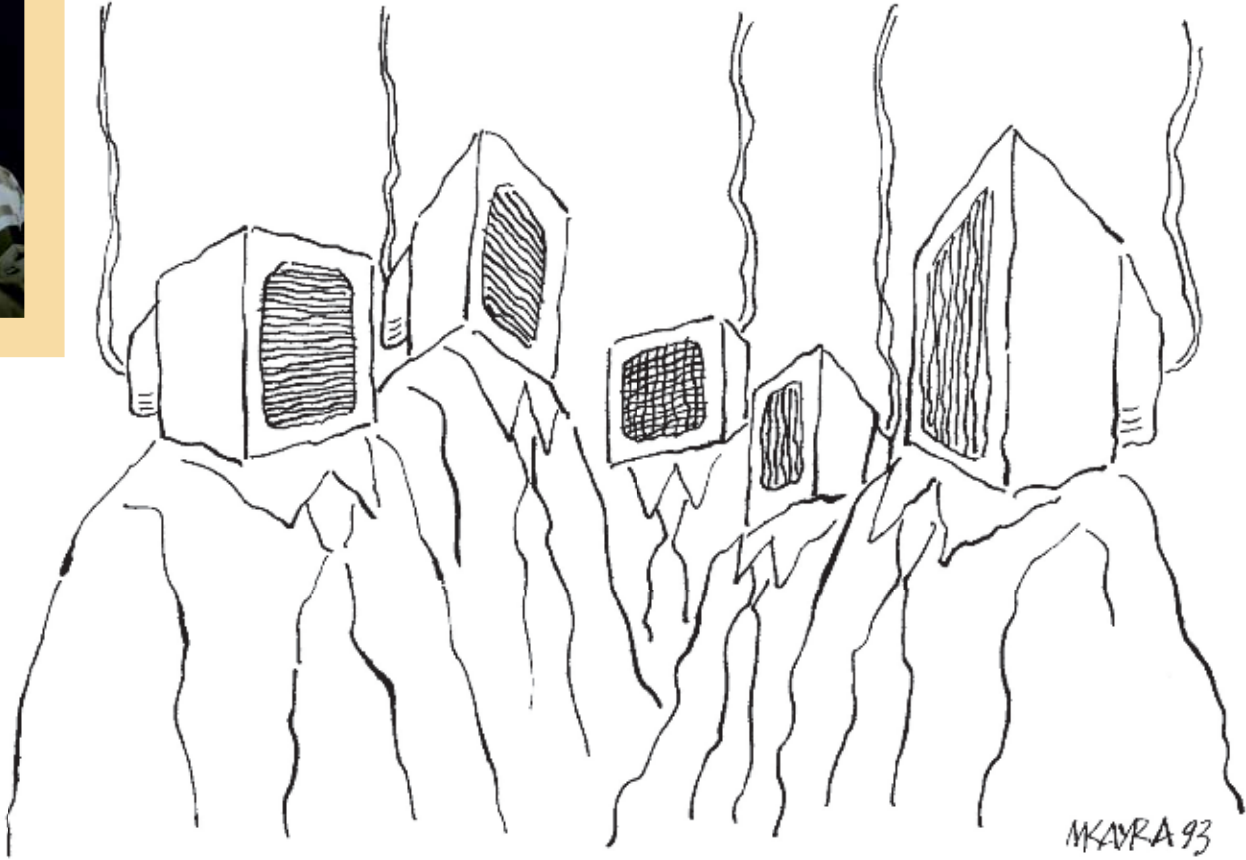
Reklam

Hasan Ateş
Behiye Avcı

Mesarya
ajansı
0 533 820 00 07

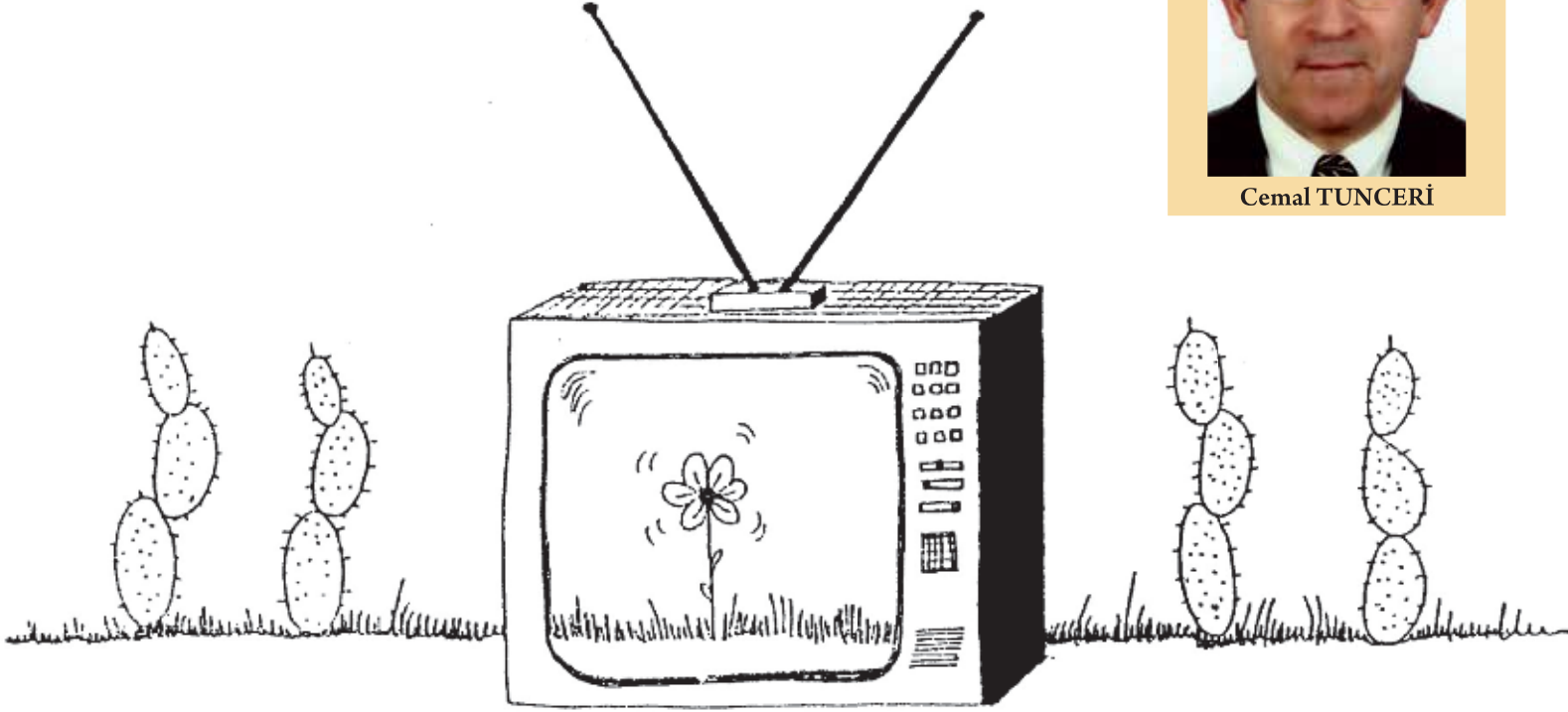


Musa KAYRA

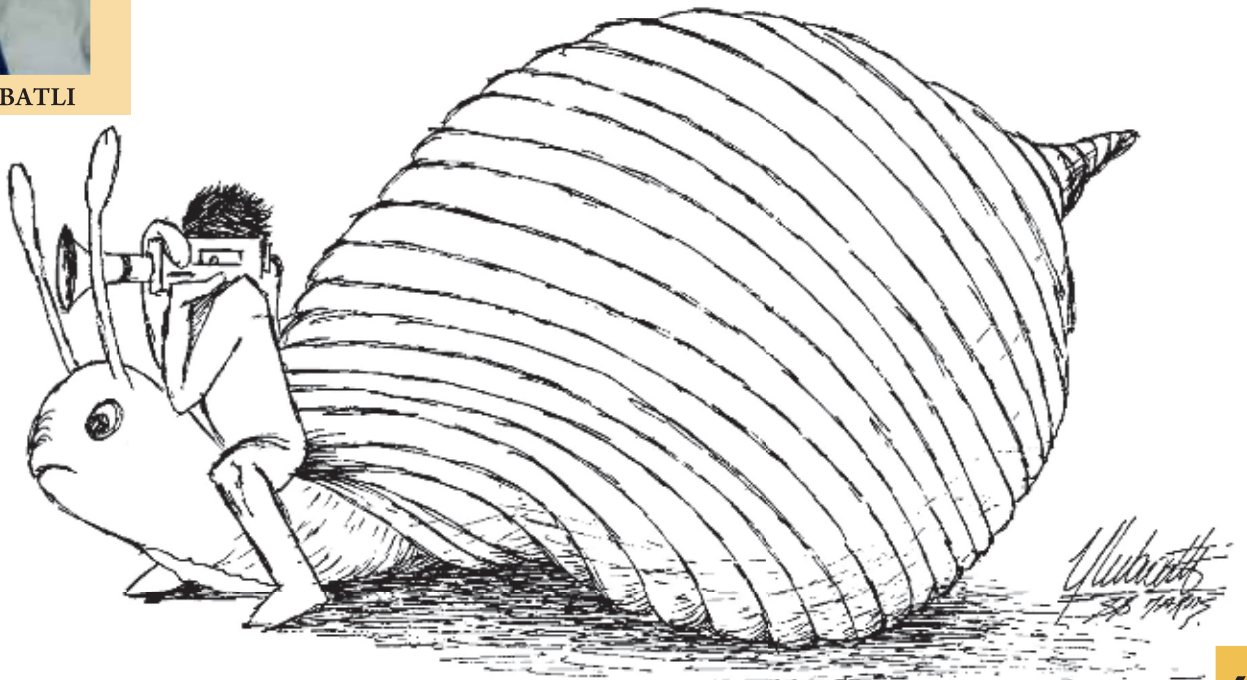




Cemal TUNCERİ

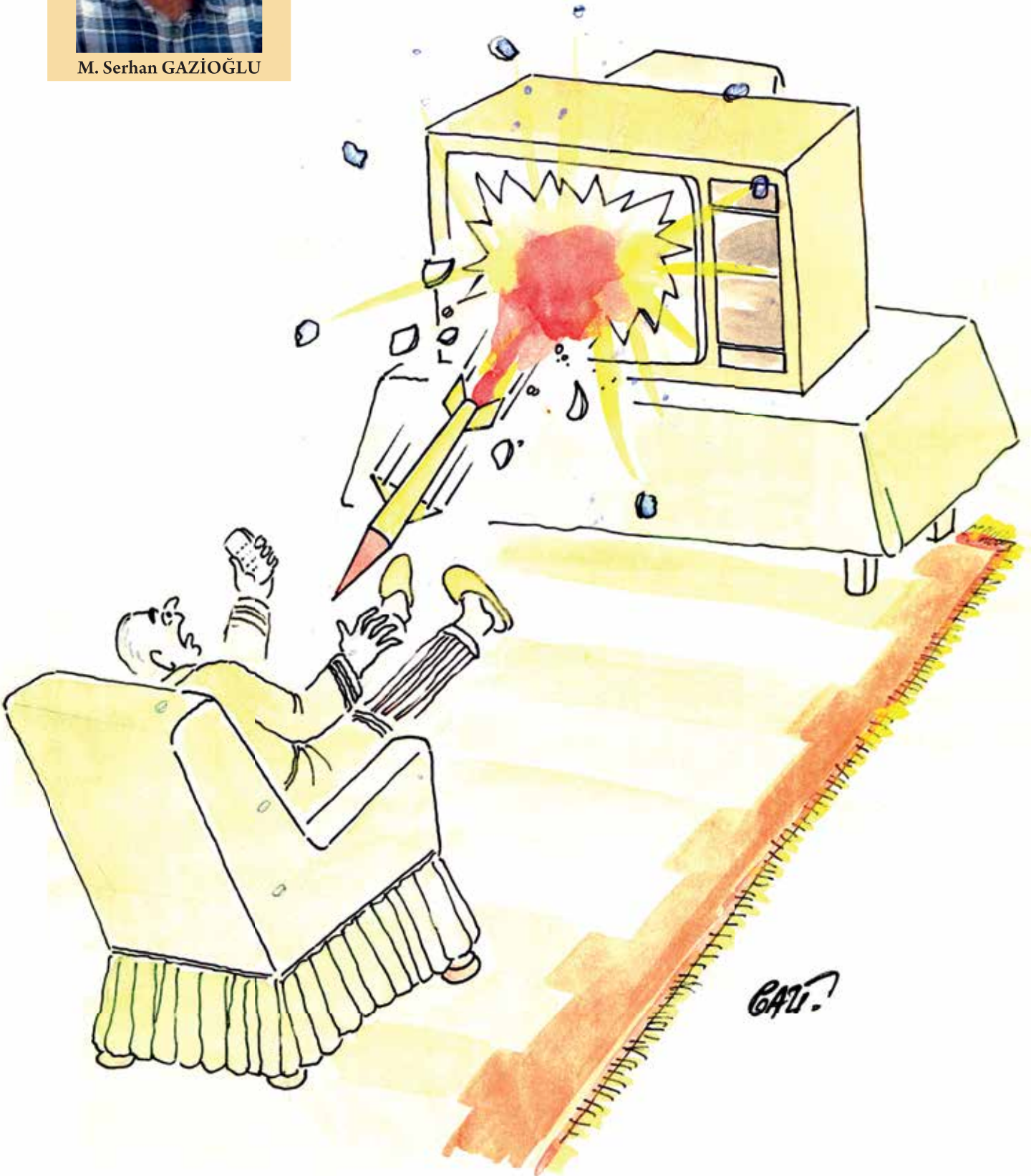


Mehmet ULUBATLI





M. Serhan GAZIOĞLU



Vitrinimiz, imajımız ne durumda!



Nezire GÜRKAN
Yayın Kurulu Başkanı
nezire.gurkan@gmail.com

Her sayıda farklı bir ana dosya ile hazırlıyoruz MEDYA'yı, tarihe not düşme hedefiyle... Bugün olmasa yarın, gün gele ihtiyaç duyulan konularda başvurulacak kaynak olması beklentisiyle. .. Ve her sayıda çoğu araştırma, hemen hemen hiçbir kaynakta bulunmayan bilgilerden oluşuyor.

Bu da öyle bir sayı, bugüne kadar pek ellenmeyen konulardan: MEDYADA GÖRSELLİK... Belki en fazla üzerinde durmamız, belki çok tartışmamız ama nedense hep hasıraltı ettiğimiz konulardan. Dergimizdeki bir röportajdaki ifadeyle “üvey evlat” muamelesi yaptığımız bir alan...

Ve bu geniş kapsamlı, nerede başlayıp nerede durduğu belli olmayan konuda ulaşabildiğimiz veriler, yorumlar, araştırma ve röportajlarla bir fotoğraf çekmek istedik.

Neler mi var...

Araştırmacı kimliğiyle bilinen Kadir Kaba “Kıbrıs Türk Basın Fotoğrafçılığının Kökeni” adlı fotoğrafçı araştırmasıyla, ilgili ilgisiz herkese hazine değerinde bir kaynak sunuyor bu sayıda... DAÜ İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy da “Kıbrıs Türk Medyasındaki Habercilik Anlayışına Genel Bir Bakış” ile medyayla ilgili bir dizi veriyi sayfalarımıza taşıyor...

Ana dosya çerçevesinde iki ayrı toplu röportajla da konuyu bu alanda çalışan isimlerle sayfalarımıza taşıdık. Özgül Mutluyakalı Erol Öney, Orhan Akyüz ve Uğur Kaptanoğlu ile “yazılı basında görseelliği”; Emine Hoca ise Eray Gündoğmuş, Doğuş Bozkurt, Uygur

Erdim ve Cemal Yıldırım ile “televizyonlarda görseelliği” konuştu.

Karikatürçüler Derneği'nin 4 ayrı imza, 5 ayrı karikatürle renk kattığı bu sayıda, Fezile Kesat da gazetelerimizin bir kısmının yazı işleri müdürleriyle kısa röportajlar yaptı. Görünen görüldüğü gibi mi, gazeteler hazırlanırken görsel süreç nasıl hazırlanıyor... Eli taşın altında olanlardan yanıt aradı.

Eda Eminağa ana dosya çerçevesinde reklamcılık sektörünü yazdı bizim için... Atilla Kızıltan başlık ve fotoğrafın, sayfa tasarımının önemini anlattı... Faika Yalvaç “digital dönüşümü”, Aysu Arsoy “haberlerde fotoğrafın görsel kurgusunu” irdeledi ... Sefa Karahaslan “medyada yatırım da, görseellik de yok” başlığıyla basını irdeledi... Prof. Dr. Süleyman İrvan da “basın fotoğrafçılığında etik sınır” başlığıyla farklı bir pencere açtı hepimize...

Tolga Adanalı ise Türkiye medyasındaki durumu özetledi...

Serhat İncirli'nin KKTC ile İngiliz basını kıyasladığı röportajı, Tuğçe Ülkü'nün kaleminden yer aldı sayfalarımızda; bu da ana dosyanın parçası... Abdullah Öztoprak da modacı gözüyle irdeledi konuyu, ekranları, sunucuları Gözde Süreç Sarı'nın kalemıyla...

Bu ayki duayen röportajının konuğu ise İbrahim Özdamalı; Rahme Çiftçioğlu'nun kaleminden...

Gazi Yüksel, bu sayıda fotoğraf sayfamızı hazırladı. Ulaşabildiği herkesten “yorumu gerek kalmayan”

fotoğraflar talep etti, gönderenleri biraraya getirdi...

Ana dosya yanında, her sayıda geleneksel olan sayfalarımız da devam ediyor... “Kayıt Dışı” bu sayıda Ergül Ernur'un kaleminden, farklı anıları dergiye taşıdı... Gözde Akben Bekir rutin sayfasında bu kez ekrandaki yüzlerle konuştu, ekrana hazırlanma süreçlerini, zorluklarını, keyiflerini aktardı... Bizden haberlerin yer aldığı “Bizim Mahalle” bu sayıda Doğuş Çiftçioğlu'nun kaleminden... Tayfun Çağra ve Ali Bizden de kitaplarıyla Simge Çerkezoğlu'nun “Gazeteci/Kültür, Sanat, Yazın” sayfasına konuk oldu...

Son iki sayıda yeni sayfa olarak açtığımız “Dünden Bugüne Gazeteler” de yine Fatma Arpalıklı'nın araştırma, inceleme, röportajlarıyla taşıdı Medya'ya... Son iki sayıda Halkın Sesi, Demokrat Bakış, Yenidüzen ve Volkan'ı konuk etmiştik. Bu sayının konukları Havadis ve Vatan... Gelecek sayılarda tüm gazetelerin tamamlanmasıyla bu alanda da bir ilke imza atma hedefiyle...

Medya Etik Kurulu ile Gazeteciler Birliği'nden haberler de okurlara taşıdı.

Yayın Kurulu'nda görev yapan arkadaşlarımızın yoğun iş temposu arasında büyük özveriyle, onlarca gazeteci, sanatçı ve akademisyenin gönüllü katkılarıyla aksatmadan 3 ayda bir yayınladığımız MEDYA, günlük tüketimin ötesinde arşiv özelliğiyle tarihe not düşüyor. Elbirliği ve artan katkıyla daha da nitelikli sayılarda buluşmak dileğiyle...



Kadir KABA
kaba@yahoo.com

Kıbrıs Türk basın fotoğrafçılığının kökeni

■ *“Kıbrıs Türk basınında görsel malzeme kullanımı 1892 yılında başlar. 5 Eylül 1892 tarihli Yeni Zaman gazetesinin 1. sayfasında yer alan bu litografik baskı (taş baskı), Osmanlı Padişahı II. Abdülhamid'in tahta çıkışının 16. yıldönümü nedeniyle yayınlanmış olup, Osmanlı Arması'nı yansıtmaktadır”*

■ *“13 Mayıs 1898 tarihli Zaman gazetesinin 4. Sayfasında ilan başlığı altında yer alan bir diş doktorunun reklam duyurusunda çizgi resimle karşılaşırız”*

■ *“Basın fotoğrafçılığının ilk örnekleri, 1933 yılında Söz gazetesinde görülür. Her ne kadar bu fotoğraflar, gazete içerisinde önemli bir yer tutmasa da, basın fotoğrafçılığı anlayışıyla çekilmiş olup haberle birlikte yayınlanmış olmaları önem arz eder”*

Kıbrıs'ta basın, Rumların Kıbrıs'ı Yunanistan'a bağlama (Enosis) mücadelesi çerçevesinde doğar.¹ Kıbrıs Rum Basını Kıbrıs'ı Yunanistan'a bağlamak yolunda bir mücadele aracı olarak doğarken, Kıbrıs Türk Basını da bu bağımlılık istemine karşı bir mücadele aracı olarak doğar. Yunanistan'a bağlanmak mücadelesi karşısında takındıkları tavır her iki basının da karakteristiğini şekillendirir.

1878'de Ada'nın İngiliz Yönetimi'ne geçişiyle, Rumların yıllardır gizlice

süren Ada'yı Yunanistan'a bağlama (Enosis) mücadelesi açığa çıkar. Kıbrıs Rum Basını bu mücadelenin bir parçası olarak doğmuş olup, yoğun bir şekilde Enosis mücadelesini tırmandırmaktadır. Bu durumdan tedirgin olan Osmanlı Türk aydınlar Rumların Ada'yı Yunanistan'a bağlama mücadelesine karşı ve Türk varlığının korunması amacıyla mücadele etmek için bir gazete çıkarmaya karar verirler. Oluşturdukları Osmanlı Kıraathanesi'nin (Kıraathane-i Osmaniye) bünyesi altında toplanarak, Zaman gazetesini yayınlamaya başlarlar (Ünlü, tarihsiz:17-18).

Kıbrıs'ta ilk Türkçe gazete Ümid olup Ermeni asıllı Aleksan Sarrafyan tarafından 1879 yılında yayımlanır.² Ümid gazetesinden 10 yıl sonra 11 Temmuz 1889 tarihinde Lefkoşa'da Saded yayımlanır.³ Ümid Osmanlı rejimine karşı muhalif bir gazete, Saded ise reklam gazetesi karakteristiğinde olmaktadır.⁴ Ne var ki bu gazetelerin herhangi bir sayısı günümüze kadar ulaşabilmiş değildir.

Dünya basınının fotoğraf kullanımı önemsendiği bir dönemde yayın hayatına başlayan Kıbrıs Türk basınında görsel malzeme kullanımı ne zaman başlar ve nasıl bir gelişim izler?

Bu dönemde teknolojik olarak fotoğrafların yarım-tonlara dönüştürülmesi henüz pratik bir hal almamış, kültürel olarak ise ne

basın, ne de halk fotoğraf kullanımına hazır bulunmaktadır. Görsel ile haberin doğal ortaklığı basın tarafından henüz daha kavranmamış, halk görsel malzemeye gereksinim duymamaktadır.

Böyle olmakla birlikte kültürel olarak basında görsel ile haberin doğal ortaklığının kavranması gecikmez. Ancak teknik sorunların çözümü ve basın fotoğrafçılığının doğuşu oldukça geç zamanlara kalır.

1920'li yıllarda Türk basınında klişecilik başlamış olsa da basında yayımlanan fotoğrafların tramlı yarım-ton klişeleri, genellikle, olayla ilgili kurumlarca dış ülkelerde hazırlatılarak getirtilir ve kullanılmak üzere gazetelere verilirdi. Konunun niteliğine göre bu klişeler ya gazetenin arşivine bırakılır ya da kullanım sonrası sahipleri tarafından geri alınır. Kıbrıs Türk basınında görsel



Zaman - 21 Ocak 1898

malzeme kullanımı 1892 yılında başlar. 5 Eylül 1892 tarihli Yeni Zaman gazetesinin 1. sayfasında yer alan bu litografik baskı (taş baskı), Osmanlı Padişahı II. Abdülhamid'in tahta çıkışının 16. yıldönümü nedeniyle yayınlanmış olup, Osmanlı Arması'nı yansıtmaktadır.

1898 yılında Zaman gazetesinde görsel kullanımının görece olarak artış gösterdiğine tanık olunur. İlk kez haber amaçlı görsel kullanımıyla 21 Ocak 1898 tarihli Zaman gazetesinin 1. sayfasında yayımlanan bir grafik görselde karşılaşılr. Leymosun Köprüsü ile Lefkoşa Hükümet Konağı inşaatlarını konu alan bu grafik çizim, Kamu İşleri Müdürü ve Bn. Frank Carlwright'ın yeni yıl tebrik kartı olarak hazırlanmış olup, gazete tarafından söz konusu inşaatlarla ilgili habere görsel malzeme olarak kullanılır. Haberde "Balada derc eylediğimiz resmini baş mühendis Mr. Caret Rayet cenahları tanzim edüp bir suretini dahi matbaamıza ihda eylemiştir" denilerek görselin kaynağı da verilmektedir.

13 Mayıs 1898 tarihli Zaman gazetesinin 4. sayfasında ilan başlığı altında yer alan bir diş doktorunun reklam duyurusunda çizgi resimle karşılaşıyoruz. Çevresi diş ve diş doktoru aletleriyle dekore edilmiş diş protezinin tasviri olan bu oval biçimli çizim ile görselin reklam amaçlı kullanımına tanık olunmaktadır.

Sünuhat gazetesinde görsel kullanımının daha gelişmiş bir hal aldığı görülür. 11 Şubat 1906 tarihli Sünuhat gazetesinde Sultan II. Abdülhamid Han'nın tahta çıkışının yıldönümü haberinin görseli olarak tuğ şeklinde bir süsleme ve onun altında da Sultan'ın taş baskı portresi yayınlanır.

İlk tramlı yarım-ton fotoğraf kullanımına ise 1 Ekim 1906 tarihli Sünuhat gazetesinde tanık olunur. Söz konusu fotoğraf, yeni tayin olan Kıbrıs Müsteşarı'nı betimlemekte olup altında da haberi verilmektedir.



Sünuhat - 1 Ekim 1906

İngiliz İdaresi tarafından basına dağıtılmış olup Kıbrıs Türk basınında kullanılan ilk haber fotoğrafı olmaktadır.

17 Ocak 1910 tarihli Mir'at-ı Zaman'da donanmaya gemi alımı için yayımlanan yardım kampanyası yazısına görsel olarak gemi şablonu kullandığı görülür. Bu tür görseller yanında reklam illüstrasyonlarının yer aldığı da tanık olunur.

Daha sonraları görsel malzeme kullanımının Mir'at-ı Zaman'da arttığı görülür. Miratı Zaman'ın 9 Eylül 1907 tarihli 250. sayısının 8. sayfasında Ayasofya Camii'nin çift kapısına asılan iki adet Kitson marka lamba ve özellikleriyle ilgili haber fotoğraflarına tanık olunur. Büyük bir olasılıkla, bu fotoğraflar tanıtım amaçlı üretilmiş olup, lambaların tanıtımının da olacağı düşüncesiyle haberde kullanılmak üzere satıcı firma tarafından klişesi gazeteye verilmiştir.

1910'lu yıllarda reklam anlayışının ticari hayata yerleşmeye başladığı görülür. Buna bağlı olarak da gazetelerde reklam görsellerinin kullanımı görece olarak artış gösterir. Bu anlamda Seyf gazetesinin 29 Aralık 1912 tarihli

42. sayısından itibaren reklam illüstrasyonlarıyla karşılaşılmaya başlanır. 1913 yılına gelindiğinde ise Sünuhat'ın sayılarında reklam görsellerinin daha sık kullanıldığı görülür.

Seyf gazetesinde Kaytazzade Mehmet Nazım'ın Edebiyat sütununda süslemelere 20 Nisan 1914 tarihli özel sayısının (Nüsha-i Fevkelade) 1. sayfasında ise görsel malzemenin sayfa tasarımı anlayışıyla kullanıldığına tanık olunur. "Enver, Talat ve Osmanlı Hükümeti" başlıklı bir değerlendirme yazısında kullanılan iki adet tramlı yarım-ton fotoğraf ve iki adet grafik görselden oluşan bu yayın, çoklu görsel kullanmak suretiyle sayfa tasarımının ilk örneği olur.



Seyf - 20 Nisan 1914

Bu dönemde oldukça ender görülen tramlı yarım-ton fotoğraf kullanımına bir örnek de 1 Haziran 1914 tarihli Kıbrıs gazetesinde yayımlanan Mustafa Mithat Bey'in fotoğrafı olmaktadır. Bu fotoğraf haberde kullanılan Kıbrıs kaynaklı ilk fotoğraf olmaktadır.

1915-1919 yıllarını kapsayan dönem gazetesiz yıllar olur (Ünlü, tarihsiz:47). Beş yıl kadar süren gazetesiz yıllardan sonraki dönem görsel malzeme kullanımı bakımından oldukça büyük bir farklılık gösterir. 1920 yılında yayın

hayatına başlayan Ankebut gazetesi görsel kullanımı bakımından yeni bir dönemin habercisi olur.



Kıbrıs - 1 Haziran 1914

Ankebut'ta ilk dikkat çeken husus gazetesinin adına uygun olarak bir örümcek görselini logo edinmiş olmasıdır.⁵ Bu logo'nun çerçevesinin altında, şiir veya nesir şeklinde bir konu ele alınmakta, bu konuyla ilgili bir de görsel kullanılmaktadır. Diğer sayfalarda da kullanılan görseller genellikle illüstrasyon olmakla birlikte şablon kullanıldığı da görülmektedir. İllüstrasyon olarak metin için görüntü üretme düşüncesi Ankebut'la başlar. Kıbrıs Türk basınında metin için görsel üretme girişimiyle ilk kez 3 Eylül 1906 tarihli Mir'at-ı Zaman gazetesinin 202. sayısının 6. sayfasında karşılaşılır. Ancak, bir şiire görsel olarak

hazırlanan bu baskı başarısız olup iki küçük beyaz leke dışında tamamen siyah görüntü vermekte, ne olduğu anlaşılammaktadır.

Ankebut'un, önceleri, yazıları çekici kılmak için kullandığı görsel malzeme, ileriki yıllarda haber amaçlı olarak kullanılır. 1922 yılına kadar üretilen görsellerin gerisindeki düşüncenin naif oluşu dikkat çekerken, 1922 Eylül ayı itibarıyla çizgi resimlerde düşünsel ve görsel olarak büyük bir kalite farklılığı göze çarpar. Görüntülerin, öznenin tanınabileceği bir ustalıkla üretilmekte, haberle birlikte ve haber takibi yapılarak verilmekte olduğu görülmektedir. Bu görsel baskılar, genel olarak fotoğraflar örnek alınarak yapılan çizimlerden oyulan ahşap kalıplar kullanılmak suretiyle yapılmakta idi. Bu değişiklikte hiç kuşkusuz 18 Haziran 1922 tarihinde yayın hayatına başlayan Davul gazetesinin görsel anlayışının etkisi olduğu görülmektedir.

Ankebut'un görsel malzemeye verdiği önem, onu çok renkli görüntüye kadar götürür. 11 Mayıs 1923 tarihli 136 sayılı Ankebut'ta Türk basınında ilk kez çok renkli görsel malzeme ile karşılaşılır. Zengin ile fakir üzerine bir hikayeye görsel olan bu malzeme taş baskı tekniğiyle çok renkli olarak basılmıştır.

Sistematik görsel kullanımıyla 18 Haziran 1922 tarihinde yayın hayatına başlayan Davul gazetesinde karşılaşılır.⁶ Gazetenin başlığı bir davulcu görseliyle sembolize edilirken, her sayı için 1. ve 4.

sayfalarda yarım sayfa büyüklüğünde haftanın önemli olayına ait birer görsel yayınlanmakta, istisna dışında 2. ve 3. sayfalarda görsel kullanılmamakta idi. Gazetenin illüstratörlüğünü gazetesinin sahibi olan Ahmet Rifat Efendi yapmakta idi. Gerek olay yerinde, gerek görsel üzerinden, gerekse düşünsel olarak

haber için çizim yapan kişilere fotojurnalizm tarihinde illüstratör denilmektedir. 19.yy. son çeyreğinde en parlak dönemini yaşayan illüstratörlüğün Kıbrıs Türk basınında



Davul - 18 Haziran 1922

da uygulama bulunduğu görülmektedir. Kıbrıs Türk basınında ilk çizgi resim kullanımının 1898 yılında Zaman gazetesinde başladığı, 1922 yılına kadar da çeşitli gazetelerde kullanıldığı bilinmektedir. Ancak bu illüstratörlerin kimler olduğu bilinmemekte, kesin olarak bilinen tek illüstratör ise Ahmet Rifat Efendi olmaktadır.

Ankebut'ta varolan naif görüntü üretme anlayışının, Davul gazetesinde olgunlaştığı görülür. Kültürel olarak haber ile görüntünün doğal ortaklığı ilk kez Davul ile kavranmış olur. Böylece görüntü üretimi Ahmet Rifat Efendi'nin şahsında Davul gazetesiyile fotojurnalistik bir yapı kazanır.

Ahmet Rifat Efendi'nin çizgi resimlerinin bir kısmı karikatür niteliği taşıırken, genellikle bir fotojurnalistin fotoğraf makinesi ile tespit ettiği anlık haber fotoğrafları niteliğindedir. Bu çizgi resimler, bakış noktası ve bakış açısı belirlenirken bir foto muhabiri bilinci içerisinde yapılandırılışlarıyla Kıbrıs Türk basınında olay anı görüntülerinin illüstratif fotojurnalistik örnekleri olmaktadır.



Ankebut - 11 Mayıs 1923

Davul gazetesinin görsel üretme politikası, kültürel olarak haber ve görselin doğal ortaklığının basında fotoğraf kullanımından önce kavranmış olduğunu gösterir.

İlerleyen zaman içerisinde teknolojik gelişmeler fotoğraf kullanımını getirir de, Davul gazetesinin çizdiği bu fotojurnalistik kültürel düşünce yapısına ulaşmak modern zamanlara kalır.

Davul'da kullanılan baskı kalıplarının klişe olduğu, Kıbrıs Türk basınında klişeciliğin başladığı görülmektedir. Erken 1920'li yıllarda Ahmet Rifat Efendi'nin klişeciliğe başladığı ve Lefkoşa'nın ilk ve tek klişecisi olduğu bilinmektedir (Pervin Mirati ve Perihan Hikmet, [Ahmet Rifat Efendinin kızları], yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 10 Eylül, 2002).⁷ Harid Fedai'nin verdiği, "resimleri camdan çinkoya aktarırdı" şeklindeki bilgiyi teknik ve tarihsel bilgiler ışığında değerlendirdiğimiz zaman, çizgili cam screen kullanmak suretiyle görüntüyü sayısız noktalara dönüştürüp çinkoya aktararak kalıpları hazırladığı anlaşılmaktadır (H.Fedai, yazar tarafından yapılan söyleşiler, Lefkoşa,1983-2014). Kalıplarını ise gün ışığında pozlandırır.⁸

Bu dönemde yine dış ülkelerde hazırlatılan klişeler kullanılmakla birlikte, artık Klişeci Rifat'la basın fotoğraflarının hazırlanmasına pratik olanak sağlayacak bir yapı başlamış olur. Ne var ki Ahmet Rifat Efendi'nin tekniği gün ışığına dayalı olduğundan, klişelerin hazırlanması ışık durumuna bağlı oluyor, havanın kötü olduğu günler klişe yapılamıyordu. Bu durum, basın fotoğrafçılığının ve özellikle de günlük haber fotoğrafçılığının önünde engel oluşturuyordu. Böyle durumlarda Ermeni ve/veya Rum

klişecilerle çalışılırdı (Sadi C. Togan, [Bozkurt gazetesi Yazı İşleri Müdürü], yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 23 Temmuz, 2002).

5 Mart 1931 tarihli Söz gazetesinin 2. sayfasında yayımlanan ve öğretmenleri toplu halde gösteren



Söz - 5 Mart 1931

fotoğraf, Kıbrıs'ta çekilip basında yayımlanan haber nitelikli fotoğraf olmakta, kimin tarafından çekildiği ise bilinmemektedir. Öğretmenlerin sorunlarını belirlemek amacıyla, 21 Şubat'ta yapılan Muallimin Cemiyeti toplantısına katılımın yüksek ve o dönemin toplum lideri Necati Özkan'ın da katılmış olması olayı önemli kılar. Bunun üzerine, olayı belgelemek amacıyla, bir fotoğrafçı çağrılarak öğretmenler grup olarak fotoğraflandı. Olay on iki gün sonra da gazetede fotoğraflı haber olarak yayımlandı.

28 Nisan 1932 tarihli Hakikat gazetesinin 523. sayısının 1. sayfasında yayımlanan Çukurova Futbol takımı ve Lefkoşa Türk sporcularını betimleyen iki fotoğraf Kıbrıs Türk Basın fotoğrafçılığında



Hakikat - 28 Nisan 1932

a bir başka önemli anlayışın göstergesi olur. Kıbrıs Türk milliyetçiliğinin yükselmekte olduğu bu yıllarda Çukurova Futbol Takımı'nın Kıbrıs'a yaptığı ziyaret milli duygular içerisinde önemsenip

gazete tarafından fotoğraflanıp olayın fotoğraflı haberi yapılır. Fotojurnalizmin tüm özelliklerine sahip olan bu fotoğraf ilk fotojurnalistik fotoğraf olmaktadır.

Basın fotoğrafçılığının ilk örnekleri,1933 yılında Söz gazetesinde görülür. Her ne kadar bu fotoğraflar, gazete içerisinde önemli bir yer tutmasa da, basın fotoğrafçılığı anlayışıyla çekilmiş olup haberle birlikte yayımlanmış olmaları önem arzeder. Bu bağlamda Kıbrıs Türk basınında yayımlanan basın fotoğrafçılığı anlayışıyla çekilmiş fotoğraf, 18 Mayıs 1933 tarihli Söz'ün 1. sayfasında yer alan ve General Plastiras'ın İskele Limanı'ndan karaya çıkışını gösteren anlık haber fotoğrafıdır. Söz konusu fotoğraf, gerisindeki basın

fotoğrafçılığı anlayışı yanında, Elefteriya gazetesinden alınma olup Kıbrıs Türk basınında dağıtım yoluyla elde edilip yayımlandığı bilinen ilk fotoğraf da olmaktadır. Söz gazetesinin 1933 Kasım ve Aralık sayılarında o güne kadar görülmedik bir yoğunlukta basın fotoğrafçılığı anlayışıyla üretilen haber



Söz - 12 Aralık 1933

fotoğraflarıyla karşılaşırız. Bunlar, 8 Kasım 1933 sayfa 3'te cinayet; 23 Kasım 1933 sayfa 1'de Apollon Heykeli'nin bulunuşu (Elefteriya'dan alınma); 12 Aralık 1933 sayfa 1'de



Vakit - 6 Ağustos 1939

alındığı görülür.⁹ Bu olayın yarattığı kısmi rahatlama ve savaş nedeniyle dünyada olup bitenlere karşı duyulan ilgi, Türk toplumunun görsel merakını artırır. 1940'lı yıllarda basının fotoğraf kullanımı giderek artmakla birlikte, basın fotoğrafçılığı henüz hayat bulmamış, haberin fotoğrafik takipçiliği yapılmamaktadır.

Halkın Sesi'nin 14 Mart 1942 tarihinde yayın hayatına girişi bu koşullar altında olur. Ancak Halkın Sesi bu merakı görsellerle giderme koşullarına henüz sahip değildir. Kuruluş ve ilk yıllarında, İngiliz Sömürge Yönetimi tarafından gazetelere verilen savaşa dair cephe gerisi fotoğraflarıyla, milli günlere dair fotoğraflar yayımlar.

Rumların şiddetlenen Yunanistan'a bağlanmak istemlerine karşı 28 Kasım 1948 tarihinde büyük bir miting düzenlenir. Mitingde M. Fevzi Akarsu tarafından çekilen fotoğrafların 30 Kasım'da Hür Söz ve 1 Aralık'ta Halkın Sesi gazetelerinde yayımlanması Türk toplumunda yarattığı milli huzur nedeniyle büyük ilgi görür.

1948'e kadar Rum kaynaklarından alınan fotoğraflar dışında, basında yayımlanan fotoğraflara kaynak gösterilmediği, fotoğrafçısına onuru vermediği gözlemlenir. 1948-49 yıllarında yayımlanan genellikle milli içerikli fotoğraflarda, fotoğrafçılara onurlarının verildiği görülür. Bu tarihler arasında Halkın Sesi ve Hür Söz gazetelerinde yayımlanan fotoğraf altlarında, yabancılar dışında Şefik Hıfı, M. Fevzi, Deanna ve Kubilay gibi Türk fotoğrafçıların isimlerine tanık oluruz.

Vali Sir R.E. Stubbs uğurlanışında TC Konsolosu ile vedalaşırken; 13 Aralık 1933 sayfa 1'de Vali Sir R.E. Stubbs'ın uğurlanışında hazır bulunan dönemin ileri gelen Türk yetkilileri; 15 Aralık 1933 sayfa 1'de Ziraat Dairesi yangını fotoğraflarıdır.

Bundan sonraki yıllarda gerek iç ve gerekse dış haberlerde fotoğraf kullanımı sürer. 16 Ağustos 1939 tarihli Vakit gazetesinde ilk röportaj fotoğraflarına tanık oluruz. Muzaffer Gökmen'in (Hikmet Afif Mapolar) Moda Kundura Fabrikası sahibi Muharrem Sıtkı Bey'le yaptığı röportajın yer aldığı 3. sayfada bir iç mekan fotoğrafına yer verilir. Röportajın devam ettiği ertesi sayının 3. sayfasında da makineleri yansıtan bir fotoğraf daha yer alır.

1939-1945 dönemi savaş yılları olur. Savaşın evrensel boyutu, o güne kadar Türkiye ve kendi geleceği dışında endişe duymaya fırsat bulmayan Kıbrıs Türk toplumunda ilk kez dünyada olup bitenlere karşı merak yaratır. Diğer yandan Yunanistan'ın Almanya ile savaşa girmesi sonucu Enosis mücadelesinin geri plana

Yunanistan'ın işgaliyle Rumların Türk dostluğu son bulur ve Ada'yı Yunanistan'a bağlama mücadelesi yeniden canlandırılır (Şükrü S. Gürel, 1984:11). Rumların bu mücadelesi Türk basınına, doğuş nedeni olan Yunanistan'a bağlanma (Enosis) karşıtı politik çizgiye çeker. 1948 yılına gelindiğinde Yunanistan'a bağlanma (Enosis) mücadelesi Türk toplumunu tedirgin edecek boyutlara ulaşır. Bağımlılık mücadelesine karşı bir tepki olarak doğan Kıbrıs Türk basını, bu gelişmeler karşısında Kıbrıs Türk Milliyetçiliğinin yükseltilmesini hızlandırır. Türkiye ile ilişkiler gelişirken, toplumsal olarak Türkiye'ye karşı duyarlılık artar. Bu duyarlılık çerçevesinde milli günlere dair fotoğraflara daha fazla yer verilir. Ada'yı ziyaret eden Türkiyeli misafirlere halkın ilgisi yüksek olur. Bu ziyaretlerle ilgili haberlerin halka yansıtılmasına, haberlerde fotoğraf kullanılmasına özen gösterilir.

1949 Haziran ayında Kraliyet Hava Kuvvetleri'nin davetlisi olarak



Hür Söz - 30 Kasım 1948

Kıbrıs'a gelen Türk Hava Kuvvetleri'ne bağlı jetler ve Türkiye Cumhuriyeti Hava Yolları'na ait bir uçak, Türk toplumunda var olan duyarlılığı daha da yükseltir. Türk halkı akın akın uçakları ziyarete gider. Havacılara Lefkoşa'da karşılama töreni düzenlenir. Halkın Sesi ve Hür Söz gazetelerinde 22-26 Haziran tarihleri arasında uçaklar ve halkın ziyaretleriyle ilgili Foto Fevzi, Foto Diana, Foto Kubilay imzalı çoklu fotoğraflar yayımlanır. Bu gelişmeler halkın görsel kültürünün önünü açarken basında fotoğraf kullanmanın öneminin anlaşılmasını sağlar.

Temmuz, Ekim ayları arasında milli, sosyal, ekonomik, kültürel içerikli fotoğraflar, iç ve dış olmak üzere fotoğraflı röportaj, inceleme, araştırma yazıları yayımlanır. Ne var ki bu yayınlar niceliksel olarak Türk toplumunun yeni başlayan görsel iştahını doyumlamakta yetersiz kalır.

■ **“1920'li yıllardan beri toplum lideri ve dönemin politik liderlerden Necati Özkan'ın sahibi olduğu İstiklal'de o güne kadar görülmedik bir fotoğraf anlayışıyla karşılaşılır. İstiklal, alışlagelenden farklı olarak pek çok konuda fotoğraf yayınlama politikası benimser”**

Kıbrıs Türk milliyetçiliğinin yükseldiği bu dönemde 28 Ekim 1949 tarihinde İstiklal gazetesi yayın hayatına girer. 1920'li yıllardan beri toplum lideri ve dönemin politik liderlerden Necati Özkan'ın sahibi olduğu İstiklal'de o güne kadar görülmedik bir fotoğraf anlayışıyla karşılaşılır. İstiklal, alışlagelenden farklı olarak pek çok konuda fotoğraf yayınlama politikası benimser. Politik, cemiyet, spor, kültürel haberler, Kıbrıs'tan görüntüler, fotoğrafik öykü olarak bir fotoğraf yayın politikası izler. Resimlerle Olaylar başlığı altında bir fotoğraf köşesi düzenlenir. Bu köşede, çoklu fotoğraf kullanılmak suretiyle tanıtım yapılmakta, her sayıda gazetede yoğun bir fotoğraf

kullanımı dikkat çekmektedir. İstiklal'in fotoğraf politikasının, görsel anlayışı demokratikleştirip halkın



■ **“Milli duygulara dayalı basın fotoğraf üretimi, basın fotoğrafçılığı bilincinin gelişmediği bu dönemde basın fotoğrafçılığının önemini ortaya çıkarır”**

görsel kültürünün gelişiminde önemli bir rol oynadığı görülür.

İstiklal'in fotoğraf kaynakları ile ilgili kesin bilgilere Ahmet Necati Özkan'ın verdiği bilgilerde ulaşmaktayız (Ahmet Necati Özkan [Necati Özkan Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı], yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 23 Ekim 2014). Genellikle fotoğrafçıların isimleri belirtilmemekle birlikte abone olduğu PIO (Enformasyon Dairesi), parça başı çalıştığı Fevzi Akarsu, Foto Şık yanında isimlerine rastladığımız Foto Bedros, Foto Sport gibi fotoğrafçıları çalıştığı bilinmektedir. Resimlerle Olaylar köşesinde, kültürel haberlerde ve Kıbrıs görüntülerinde kullanılan fotoğrafların Enformasyon Dairesi'nden temin edildiği anlaşılmaktadır. İstiklal gazetesinde çok başarılı fotoğrafik öykü kullanımına tanık olunmakta, bu tasarımların da Enformasyon Dairesi'nden temin edildiği kabul edilmektedir.

11 Aralık 1949 tarihinde, 15 Ocak'ta yapılacak plebisite karşı bir miting daha gerçekleştirilir. 13 Aralık 1949 tarihli Hür Söz gazetesinin Fevzi Akarsu'dan 6 fotoğraf ve 14 Aralık

tarihli Halkın Sesi gazetesinin de yine Fevzi Akarsu'dan 3 fotoğraf olmak üzere çoklu fotoğraf kullandıkları görülür. Milli duygulara dayalı basın fotoğraf üretimi, basın fotoğrafçılığı bilincinin gelişmediği bu dönemde basın fotoğrafçılığının önemini ortaya çıkarır. Buna karşın sayfa tasarım anlayışının gelişmemiş olduğu, gruplandırılmaların primitif kaldığı, fotoğrafik öykü anlayışının yakalanamadığı görülür.

Bu primitif gruplandırmalardan 3 gün sonra, 16 Aralık 1949 tarihli Hür Söz'ün 3. sayfasında Luricina Ziraat Sergisi ile ilgili bir fotoğrafik öykü tasarımı ile

karşılaşılmaktadır. İleriki tarihlerde Türk basınında daha başarılılarıyla karşılaşılacak olan bu tasarım Kıbrıs Türk Basınında ilk fotoğrafik öykü olmaktadır. Enformasyon Dairesi'nden temin edildiği anlaşılan bu fotoğrafik öykü ilk olmak yanında fotoğraf/sayfa editörlüğünün önemine ışık tutmaktadır. Biçimsel başarısına karşın bu gruplandırmada, Vali üzerinde odaklanmış olmaktan ötürü sergiye özgü öykünün gelişiminin kurgulanamamış olduğu görülür.

Bu fotoğrafik öyküden 12 gün sonra, 28 Aralık 1949 tarihli Hür Söz'ün 1. sayfasında 4 fotoğraftan oluşan bir gruplama ile karşılaşılır. Lefkoşa'da bir marangoz atölyesinin çökmesi sonucu bir işçinin ölümü ile sonuçlanan olayı aktaran bu fotoğrafların olayı başarılı bir anlayışla öyküleştirdiği görülür. Ancak bu başarıya karşın, başarısız bir fotoğrafik tasarıma tanık olunur. Bu başarısız tasarımla 12 gün önce yayımlanan Luricina Ziraat Sergisi fotoğrafik öyküsünden etkilenilmediği görülür. Bu durum Kıbrıs Türk basınında yalnızca basın fotoğrafçılığının değil, aynı zamanda fotoğraf editörlüğü ve sayfa tasarımcılık anlayışının da henüz gelişmediğini gösterir.

1950'li yıllar Kıbrıs Türk basın fotoğrafçılığı için köktenci gelişmelerin yaşandığı yıllar olur.

de fotoğrafik altyapıya sahip değildiler.



Hür Söz - 16 Aralık 1949

“Şinasi Başaran'ın istihdamıyla Kıbrıs Türk basınında basın fotoğrafçılığı başlamış olurken, Bozkurt gazetesiyle de basın fotoğrafçılığı kurumsallaşmış olur”

Klişeci Rifat, Ermeni ve Rum klişeciler yanında bazı gazetelerin kendi klişe atölyelerini kurduklarına tanık olunur. Hür Söz gazetesinin plastik klişe makinelerine sahip olduğu ve kendi klişelerini yaptığı bilinmekte, ancak klişeciliğe başladığı tarih bilinmemektedir (Şinasi Başaran [foto muhabiri-gazeteci yazar], yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 8 Ağustos 2012). Gazeteler fotoğraf gereksinimlerini, kendi meslekleri dışında fotoğraf çeken özengenler, stüdyo fotoğrafçıları ve dış basın kaynaklarından temin etmekte idi. Bozkurt gazetesi yazı işleri müdürü Sadi Cemal Togan'ın ifadesiyle “Doğru dürüst foto muhabiri ...” olmadığından “Olayların fotoğraflı takibi yoktu.” (Sadi C. Togan, 2002). Foto muhabiri olmadığı gibi gazeteler

Bozkurt 1957 yılında modern klişe makineleri kurmak suretiyle klişelerini kendi bünyesinde yapmaya başlar (Togan, 2002).

1957 yılında Hür Söz gazetesi, Şinasi Başaran'ı profesyonel basın fotoğrafçısı olarak istihdam eder (Başaran, 2012). Genellikle spor muhabirliği yapan Başaran, çektiği fotoğrafları Foto Sport'ta yaptırırdı. 1959 yılında Bilbay Eminoğlu, Bozkurt tarafından foto muhabiri olarak istihdam edilip, karanlık odası ile gelişmiş bir fotoğrafik alt yapıya sahip fotoğraf bölümü kurulmasıyla modern basın fotoğrafçılığı hayat bulur (Togan, 2002).

Şinasi Başaran'ın istihdamıyla Kıbrıs Türk basınında basın fotoğrafçılığı

26 Ekim 1951 tarihinde Bozkurt yayın hayatına başladığı zaman koşullar bu durumda idi. 1956 yılında ekonomik sorunlarını aşan Bozkurt, o günlerde manav olarak çalışan Mustafa (sonradan Foto Basın) ile parça başı anlaşma yapar. Mustafa, istenilen olaylar için görevlendirilir, yaptığı iş karşılığında ücreti ödenirdi. Zaman zaman Sadi C. Togan'ın da fotoğraflar çektiği olurdu. Çekilen filmlerin banyo ve fotoğraf baskıları fotoğrafçı

Hasan'da, klişeler de Klişeci Rifat'ta yaptırılırdı. Klişeci Rifat'ın yetersiz kaldığı durumlarda Ermeni ve Rum klişecilerle çalışılırdı.¹⁰

başlamış olurken, Bozkurt gazetesiyle de basın fotoğrafçılığı kurumsallaşmış olur.

* *Araştırmalarımıza katkı koyan Dr. A. Ceren Erel'e; Mustafa Erkan'a; Osmanlı Türkçesi ile basılı basın kaynaklarının çevirisini yapan Harid Fedai, KKTC Milli Arşiv Müdürü Gökhan Şengör ve Arşiv personeli Esin Fatma Doğaç'a teşekkürlerimi sunarım.*

Notlar

1- Rum politikası bu mücadeleli bağımsızlık / özgürlük mücadelesi olarak lanse etmektedir. Aslında bu mücadele Yunanistan'ın emperyalist politikası Megali İdea (Büyük Ülkü) çerçevesinde Kıbrıs adasının Yunanistan'a bağlanmasını ve Türklerin soykırımını amaçlayan bir mücadeledir.

2- Dr. Salahi R. Sonyel, “Bir Düzeltme: Kıbrıs'ta Yayımlanan İlk Türkçe Gazete”, Yeni Kıbrıs, Aralık 1985:16.

3- Cyprus Blue Book, Saded gazetesinin haftalık olduğu, 61 abonesinin bulunduğu ve 16 sayı yayımlandığı bilgilerini vermektedir (Cyprus Blue Book 1889-1890:417). Cobham, Saded'in 11 Temmuz 1889 tarihinde Lefkoşa'da yayın hayatına girdiği, 16 sayı yayımlandıktan sonra 14 Kasım 1889 tarihindeki sayısıyla yayın hayatından çekildiği bilgilerini vermektedir (Cobham, 1908:512). Altay, sözlü bilgilere dayanarak Saded'in 1888 yılında Lefkoşa'da yayımlandığı ve haftalık olduğu bilgilerini vermektedir (Altay, 1969:1). Ünlü, bu bilgileri, başka bilgilerle bir araya getirerek yaptığı değerlendirmelerle gazetenin Leymosun'da yayımlandığı sonucuna ulaşmaktadır (Ünlü, tarihsiz:15-16).

4- Bu gazetelerin yayımları ile ilgili bilgiler için bk. Dr. Salahi R. Sonyel, Aralık 1985:16-17; Harid Fedai, A. An. 2012:7.

5- Ankebut'un anlamı örümcek demek olup gazetenin logosu olarak örümcek çizimi kullanılmaktadır.

K.K.T.C. Milli Arşivi'ndeki kaynaklarda 1922 tarihinden sonra logo olarak Kıbrıs haritası çizimi kullanıldığı görülür.

6- Davul gazetesinin yayın tarihiyle ilgili olarak gerek Altay (1969:18), gerekse Ünlü (Tarihsiz:68) farklı tarih vermektedirler. Bu konuda doğru bilgi ile Kutlu Adalı'nın makalesinde karşılaşmaktayız (Aralık 19, 1995). Burada verilen tarih ise Harid Fedai arşivinde bulunan Davul gazetesinin 18 Haziran 1922 tarihli 1. sayısına dayandırılmaktadır.

7- Kıbrıs Türk toplumunda ve Lefkoşa'da tek klişeci olması nedeniyle Klişeci Rifat olarak bilinmekte ve anılmaktadır.

8- H.Fedai, yazar tarafından yapılan söyleşiler, Lefkoşa, 1983-2014; Sadi C. Togan, yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 23 Temmuz, 2002; P. Mirati ve P. Hikmet, yazar tarafından yapılan söyleşi, Lefkoşa, 10 Eylül,

2002.

9- Kilise'nin başındaki locum tenens, Türk, Yunan ve İngiliz bayraklarıyla donatılmış bir giysi içinde halka hitaben 30 Ekim 1940 tarihinde yaptığı bir konuşmada; "geçmişteki anlaşmazlıklar unutulmalıdır; Tanrının, büyük mütteliklerimiz İngiltere ve Türkiye'nin yardımlarıyla kazanacağız." diyordu. (CO 67/398/10, Vali'den Bakan'a, Tel., Kıbrıs, 30 Oct. 1940, No. 533 (Secret), aktaran Gürel, 1984:10).

10- Klişeci Rifat'ın tekniği gün ışığına dayalı olup, klişeleri güneş ışığında yapmakta idi. Gazete için klişelerin genellikle gece hazırlanması gerektiğinden Klişeci Rifat'ın tekniği yetersiz kalmakta idi.

KAYNAKÇA

ADALI, Kutlu., "İlk Karikatürcülerimizden: Rifat Efendiyi Anmak", Yeni Düzen, 19 Aralık, 1995.

ALTAY, Hasan Ş.. Kıbrıs Türk Basın Kaynakları, Lefkoşa, Halkın Sesi, 1969.

COBHAM, Claude Deleval. Exerpta Cypria: Bibliography of Cyprus, Cambridge, 1908.

FEDAİ, Harid, A. An. Örnekleriyle Kıbrıs Türk Basın Tarihi I (1891-1963), Lefkoşa, 2012.

Great Britain Colonial Office, Cyprus Blue Book for 1889-1890, 1890.

GÜREL, Şükrü S. Kıbrıs Tarihi 1878-1960: Kolonyalizm, Ulusculuk ve Uluslararası Politika, İstanbul, Kaynak Yayınları. 2 cilt, 1984.

LAZARIDES, Stavros G., (1987).

Panorama of Cyprus 1899-1930, Athens, Angelos Eleftheros.

SONYEL, Dr. Salahi R. "Bir Düzeltme; Kıbrıs'ta Yayımlanan İlk Türkçe Gazete", Yeni Kıbrıs, Aralık 1985.

ÜNLÜ, Cemalettin. Kıbrıs'ta Basın Olayı (1878-1981), Basın-Yayın Genel Müdürlüğü. (Tarihsiz).

Belediye ayağınıza geliyor!



GEÇİTKALE BELEDİYESİ Tel: 0392 373 33 41 - 0392 373 31 47

@ bilgi@gecitkalebelediyesi.com

f geçitkale belediyesi

e www.gecitkalebelediyesi.com



Eda EMİNAĞA BAŞTUĞ
Cherry Red Direktörü
eda@thecherryred.com

Ülkemizdeki reklamcılık sektörü

■ *“Ekonomisi yeni yükselişe geçen Amerika'da, tüketicilere genelde abartılı vaatlerle araba satılmaya çalışılırken, VW tüketicieye gerçeği söyleyerek reklamcılıkta yeni bir dönemi başlattı. Dürüstçe reklamlarında 'ben küçüğüm ve çirkinim' gerçeğini kullandı. Ama 'benimle park etmek çok kolay' ve 'sizi yolda bırakmam' mesajını verdi. İşte böylece 1970'ler yaratıcı reklamların başlangıcı oldu”*

■ *“Reklam verenlerin çok azı reklamda kullanılacak fotoğrafların profesyonelce çekilmesine bütçe ayırıyor. Bunu gereksiz bir harcama olarak görüyorlar. Bir reklamda hedef kitle ile ilk teması yapan, ürün veya hizmetleri esas sattırarak olan en önemli unsurlardan biri olan fotoğrafı göz ardı ediyorlar”*

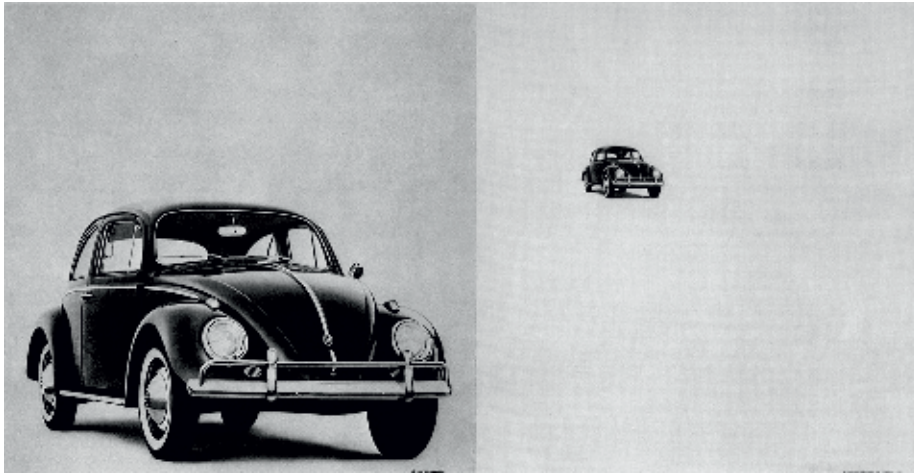
Dünyada reklamcılık sektörü ve markalaşma süreci yaklaşık 120 yıllık bir geçmişe sahiptir. Diğer sektörlerle göre daha yeni bir meslek alanıdır.

kendilerinin kim olduğunu başkalarına anlatmak için, sahip oldukları objeleri kullandılar. İlk markalardan olan Levi's, böyle bir dönemde, 1853'te doğmuş oldu.

Ülkemizde reklamcılık sektörü ne yazık ki tabelacılık ve demircilik olarak algılanıyor. Üretilecek işin fiyatı, demir ve işçilik maliyetleri ile hesaplandığı için, reklam tasarımlarında görselliğe gereken önem verilmemiş, sektör çok fazla gelişmemiştir. Fikir ve yaratıcı düşünce halâ ikinci planda kalıyor diyebiliriz.

Bu sektörün doğduğu yer olan ABD'de Coca Cola, Levi's, Ford gibi markaların yaptığı ilk reklamlar, yaklaşık 1890'ların sonunda Sanayi Devrimi'ne paralel bir ihtiyaç olarak ortaya çıktı. 1900'lü yılların başında kırsal bölgelerde yaşayan insanlar, küçük topluluklar halinde yaşadıkları için birbirlerini tanıyorlardı. Sanayi Devrimi ile artık insanlar, büyük fabrikalarda çalışmaya başlayınca, yaşadıkları yerlerden göç ederek büyük şehirleri oluşturdular. Büyük şehirlerde ise kimseyi tanımadıklarından dolayı

Türkiye'de ise ilk markalaşma



süreci, Türkiye'nin ilk modacıları olarak bilinen Vitali Hakko'ya ait olan Şen Şapka (daha sonra Vakko) mağazası için, yine Türkiye'nin ilk reklamcısı olan Eli Acıman tarafından 1944'te tasarlanan reklamlarla başlamıştır.

Dünyada, özellikle reklam endüstrisinin doğduğu yer olan ABD'deki reklamların görselliğine baktığımız zaman, ilk yaratıcı reklamın 1970'li yıllarda ABD piyasasına bir Alman otomotiv markası olarak girmeye çalışan VW'nin “Küçük Düşün” ve “Limon” kampanyası olduğu kabul edilir. 2. Dünya Savaşı'ndan 15-20 yıl sonra bile halâ Hitler'le özdeşleşmiş Alman ürünlerini ABD'ye kabul ettirmenin en zor olduğu dönemde VW, 20. yüzyıla

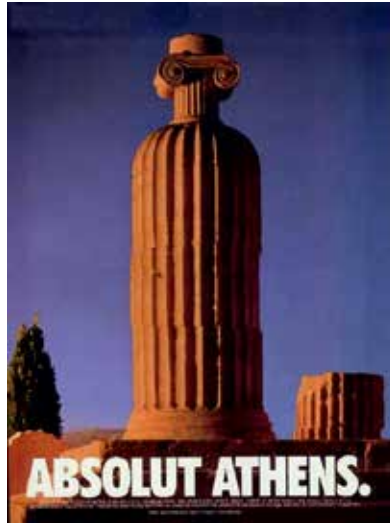
damgasını vuran reklamlar yarattı. Ekonomisi yeni yükselişe geçen Amerika'da, tüketicilere genelde abartılı vaatlerle araba satılmaya çalışılırken, VW tüketicisiye gerçeği söyleyerek, reklamcılığa yeni bir dönemi başlattı. Dürüstçe reklamlarında “ben küçüğüm ve çirkinim” gerçeğini kullandı. Ama “benimle park etmek çok kolay” ve “sizi yolda bırakmam” mesajını verdi. İşte böylece 1970'ler yaratıcı reklamların başlangıcı oldu.

“Reklamcılık sektöründe bilinen tüm tabuları 1979 yılında yaratılan 'Absolute Vodka' reklamları yıktı... Bence şu anda bile dünyada yapılan en yenilikçi ve yaratıcı reklamlar Absolute reklamlarıdır”

Reklamcılık sektöründe bilinen tüm tabuları ise 1979 yılında yaratılan “Absolute Vodka” reklamları yıktı. Bir İsveç markası olan “Absolute Vodka”, üretildiği dönemde rakiplerinden ön plana çıkmak için tamamen saf alkolü ifade eden “Absolute” adını aldı. Şişe tasarımı yapılırken, birçok model üzerinde çalışıldı ve ilaç şişesini andıran bir form üzerinde çalışılmaya başlandı. Bunun nedeni ise, 16-17. yüzyıllarda votkanın eczanelerde veba gibi birçok hastalığın tedavisinde kullanılmasıydı.

Absolute Vodka, ABD piyasasına girmeden önce marka konumu ve

kimliğini oluştururken, reklam görsellerinde sanatı tanıtım ve pazarlama stratejisinin merkezine aldı. İlk olarak 1985 yılında Absolute şişesi, pop-art sanat akımının öncüsü Andy Warhol tarafından bir tablo olarak yapıldı. Bu çalışma tüm medyada büyük ilgi yarattı. Marka bir anda pop-art ikonuna dönüştü. Bu çalışma ile “Absolute Sanat” trendi başladı. Daha sonra şehir temaları da büyük ilgi gördü. Örneğin Absolute Miami, LA vs... Hatta Absolute İstanbul, 2012 Nisan ayında bu seriyeye katıldı. Günümüze kadar 300'den fazla sanatçı bu şişenin tablosunu kendi tarzlarına göre yorumlayıp, Absolute tarafından ödüllendirildi. Yüzlerce sanatçı ise halâ şişenin reklam tasarımını



yapmak için sırada bekliyor. Bu çalışmalarda hep bir ilaç şişesini andıran ikonlaşmış Absolute şişesi baş roldedir. Bence şu anda bile dünyada yapılan en yenilikçi ve yaratıcı reklamlar Absolute reklamlarıdır.

“Ülkemizdeki reklam yaratıcılığı ve tasarımlarını inceleyecek olursak görsel mecralarda, yani basın, açık hava reklamları, TV ve digital medyadaki yaratıcı reklamların sayısının çok az olduğunu söyleyebiliriz”



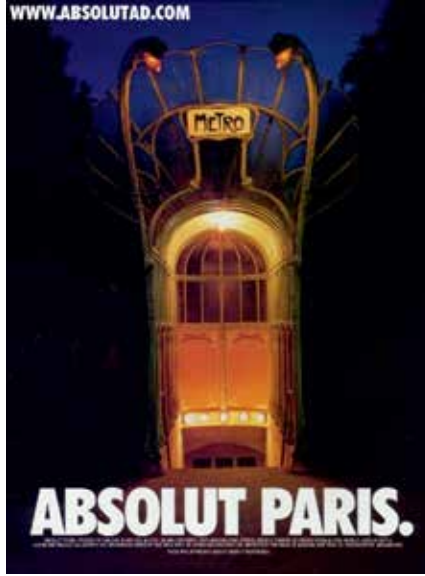
Bu iki örnekten sonra ülkemizdeki reklam yaratıcılığı ve tasarımlarını inceleyecek olursak, görsel mecralarda, yani basın, açık hava reklamları, TV ve digital medyadaki yaratıcı reklamların sayısının çok az olduğunu söyleyebiliriz. Genelde kullanılan reklamlar, ürünün satışına yönelik “hard sell” olarak ifade ettiğimiz fiyatlı ürün reklamlarıdır. Reklam stratejisi olarak duygulara hitap eden, deneyimi satmaya ve yaşatmaya yönelik “soft sell” stratejisini kullanan reklam verenlerin sayısı çok azdır. Bunun nedenlerinden bazıları, (1) reklam verenlerin değişik ve farklı fikirler konusunda yeterince açık görüşlü olmaması, (2) TV'lerin yayın kalitelerinin teknik açıdan ve kalifiye eleman bakımından yetersiz olması, (3) reklam ajanslarının birçoğunun cirosunun büyük bir kısmını oluşturan tabela üretimine önem vermesi ve (4) ajansların vizyon olarak toplumumuzdaki görsel kirliliği azaltıp, estetik değerleri yükseltmek gibi bir kaygılarının olmamasıdır.

Bununla ilgili bir kaç yıl önceki bir deneyimimi paylaşmak istiyorum. Reklamcılık sektörü ile ilgili bir birlik toplantısında, ülkemizde yaratıcı reklamların teşvik edilmesi için, Türkiye'deki Kristal Elma benzeri “Yılın Reklam Ödülleri” gibi bir yarışma fikri oluştu. Ödül kategorilerini belirlemeye çalışırken, ajans temsilcilerinden birisi kategori önerisi olarak “en kaliteli tabela” diye bir kategori

önerisinde bulununca, daha fazla bu birlikle devam edemeyeceğimizi fark ettim. Sonuçta birliğin amaçlarından biri de estetik değerleri ön plana çıkarmak ve yaratıcılığı teşvik etmek olmalıdır. Mesela filmlere Oscar ödülleri verildiği zaman, hangi kamera ile çekildiğine bakılarak ödül verilmiyor!

Toplumumuzdaki reklam ajanslarının yapısı, çalışan ekiplerin bilgi ve donanımı, dünyadaki veya Türkiye'deki ajanslar gibi değildir. Bir ajans, kreatif bölüm, müşteri hizmetleri, pazarlama, stratejik planlama ve medya planlama gibi bölümlerden oluşur. Burada küçük bir toplum olduğumuz için, çoğu alan birbiri içindedir, müşteri ilişkilerini yapan kişi, tasarımı da yapıyor, gerekirse üretim aşamasına da dahil olabiliyor.

Reklam mecralarını inceleyecek olursak, gazetelerin global markaların reklamları dışındaki reklamlarının genelde yoğun bilgi ağırlıklı, sadece ürün veya hizmet hakkında bilgi verici "informatif" reklamlardan oluştuğunu söyleyebiliriz. Absolute tarzında bir obje kullanıp ürünle ilgili hiç bir şey söylemeyen, yorumu okuyucuya bırakan veya VW tarzında cesur bir



■ **“Ülkemizde tasarlanan reklamların görselliğini incelediğimiz zaman, çoğunun kalabalık, verdiği mesajların karmaşık ve estetikten yoksun olduğunu görüyoruz”**

sloganı olan tasarımlar hemen hemen hiç yok gibidir. Tasarlanan reklamların görselliğini incelediğimiz zaman, çoğunun kalabalık, verdiği mesajların karmaşık ve estetikten yoksun olduğunu görüyoruz. Tasarımlarda kullanılan gerek fotoğraflar, gerek yazı karakterleri (tipografi) tasarım kurallarına uygun olarak kullanılmadığından reklamlar karmaşıklaşıyor. Bu yüzden mesajlar akılda kalmadan, bilgi bombardımanı arasında kayboluyor. Son 4-5 yılda profesyonel reklam

fotoğrafçılığı popüler olmaya başladı. Ancak çok az kişi reklamda kullanılacak fotoğrafların profesyonelce çekilmesine bütçe ayırıyor. Bunu gereksiz bir harcama olarak görüyorlar. Bir reklamda hedef kitle ile ilk teması yapan, ürün veya hizmetleri esas sattırarak olan en önemli unsurlardan biri olan fotoğrafı göz ardı ediyorlar.

Açık hava mecralarını gözlemlediğimiz zaman, genelde amatörce ve çok bilinçsiz olarak tasarlandıklarını görüyoruz. Ürün veya hizmetle ilgili verilmek istenen mesajı algılamak çok zorlaşıyor.

Açık-hava mecrasında yapılan en büyük hatalardan birisi, gazete reklamı gibi tasarlanmış olmalarıdır. Gözden kaçırılan

önemli bir nokta, gazete okuyucusunun incelemeye sınırsız zamanı olduğu, ama açık havada hedef kitlenin –ortalama 80 km saatte bir hızla billboardların yanından geçerken- mesajı algılamaları için sadece 3-4 saniyesi olduğudur. O yüzden ana sloganın 5-6 kelimeyi geçmemesi gerekiyor. Bu kurala uyan görseller, uluslararası marka reklamları dışında ne yazık ki çok az.

TV reklamlarını incelediğimizde, genel olarak kalitesi çok da iyi olmayan programların, izlenirlik oranları da çok düşük olduğundan, reklam verenler bu mecrayı çok fazla tercih etmiyor. Talep çok fazla olmayınca da geliştirilmesi için fazla çaba sarf edilmiyor. Türkiye'de son yıllarda çok gelişen yerli-dizi sektöründen dolayı, halkımız yerli kanalları yerine Türkiye TV kanallarını tercih ediyorlar. Türkiye'de ise bu diziler arasındaki reklam kuşaklarında, akılda kalıcı olmak için reklam verenler adeta bir yarış halindedir. Bu rekabet ortamı da çok daha kaliteli ve yaratıcı reklamların hazırlanmasına ortam sağlıyor. Program kalitesi ve programın popüleritesi, reklamların da içeriğini etkilediğine en güzel örnek, Amerika'da her yıl Şubat



ayında yapılan ulusal futbol turnuvası (NFL) final maçı olan SuperBowl'dur. Nielsen tarafından yapılan araştırmalara göre canlı yayında yaklaşık 110 milyon kişi tarafından izlenen SuperBowl, yılın en büyük reklam etkinliği olarak kabul edilir. Çoğu marka sırf bu etkinlik için özel reklamlar hazırlıyor ve reklam zamanlarının (air-time) ücretleri de inanılmaz yüksek oluyor. Mesela 30 saniyesi yaklaşık 3.8 milyon dolar civarındadır. Yapılan araştırmalara göre, her 3 izleyiciden biri maçı değil, sadece reklamları izlemek için televizyonlarının karşısına kilitleniyor.

Bizim kanallarımızda en fazla akılda kalan reklamlar, yine Kıbrıs ağzının kullanıldığı komik senaryolu reklamlar oluyor. Bunlar dışında TV reklamlarının büyük çoğunluğu, power-point sunum tarzı üzerine seslendirme yapılan reklamlardır.

Bunları yazarken çok mu katı eleştiriyorum diye kendimi sorgularken, yerli kanalları izlemeye çalıştım. Reklam kuşağında bir firma sahibinin elinde mikrofonla kendi ürünlerini tanıttığı spotu görünce, durumun aslında gerçekten de çok iç açıcı olmadığını bir kez daha üzülererek fark ettim. Bu tarz reklamlara ek olarak, son zamanlarda yeni TV prodüksiyon firmaları sayesinde, küçük bir oran da olsa başarılı animasyon tarzı reklamlar yapılmaya çalışıldığını görmek umut vericidir.

Basılı medya, dünyada ve Türkiye'de yerini artık dijital medyaya bırakıyor. Bizim için bu süreç biraz daha yavaş ilerliyor. Halkımız hala daha bilgiyi geleneksel mecralardan almaya alışık. O yüzden reklam bütçelerinin büyük bir kısmı gazete ve açık hava mecralarında kullanılıyor. Bu mecralarda da ne yazık ki, grafik tasarım yönünden başarısız, fotoğraf kalitesi iyi

olmayan görseller kullanılıyor. Bunun nedeni ise, bir markanın tanıtımında esas temelini oluşturan logo tasarımı, kurumsal kimlik veya grafik tasarıma önem veren firmaların sayısının çok az olmasıdır. Başarılı bir kurumsal kimlik firmaların imajını yükseltirken, dış dünyada daha güçlü görünmesini sağlar. Bunun yanı sıra, başarılı bir kurumsal kimliğe sahip olmanın, uzun vadede satışa dönüşebileceği gerçeğine inanan firma sayısının çok az olduğunu söyleyebiliriz. Görsel kimliği profesyonelce tasarlanmamış firmaların, ne kadar fazla reklam yaparlarsa yapsınlar, reklam yatırımlarının geri dönüşünü alamayacaklarını üzülererek söyleyebilirim. Onların bu yaklaşımını, temeli sağlam olmayan bir binanın üzerine inşaat yapmaya benzetiyorum.

Başarılı bir görsel imajla, çok fazla reklam yatırımı yapmadan da geri dönüş almak mümkündür.



**ASBUZU TIC.
S.TI. LTD.**

ASBUZU TIC. S.TI. LTD. HURDACILIK & MADENCILIK

**ITHALAT
&
IHRACAT**



**HURDA
ALIM
SATIM**



**İKİNCİ EL
YEDEK
PARÇA
SATIŞI**

Telefon : 233 57 95 GSM : 0533 832 51 51 - 0542 855 86 11 - 0533 860 24 95 - 0542 857 98 76

Faks : 233 57 95 E-mail: asbuzu@asbuzu.com

Merkez :Haspolat Sanayi Bölgesi No:5 Lefkoşa

Şube :Serbest Bölge Mağusa Limanı Mağusa



Özgül GÜRKUT
MUTLUYAKALI
ozgulgurkut@yahoo.com

“Gazetelerin çoğunun mizanpajı kötü”

■ “Yazılı basında görsellik” konusunda Kıbrıs Türk basınının üç önemli ismi; Erol Öney, Orhan Akyüz ve Uğur Kaptanoğulları ile konuştuk...



■ ÖNEY: “Bugün Kıbrıs'ta yayımlanan gazetelerin büyük bir bölümü mizanpaj açısından ele alınamayacak düzeyde. Bir şeyi eleştirebilmek için belli kıstaslara sahip olması gerekir. Ben bunun neresini eleştireyim? Eleştirecek tarafı yok, çünkü her şeyi kötü”

“Kıbrıs'ta mizanpaj anlayışı 1974'ten sonra TC'den gelen gazetecilerle çok farklı bir noktaya ulaştı. Eski gazetelerle günümüz gazetelerini mukayese edemezsiniz”

“Eskiden gazeteler gazetecilerde satılırdı. Bazı marketler şimdi 'senin dergini, gazeteni standıma koyarım ama şu kadar para alırım' diyor. Yani gazeteye, dergiye yoğurt, peynir muamelesi yapıyor!”

■ AKYÜZ: “Ben Kıbrıs'taki gazetelerin mizanpaj olarak çok kargaşa içinde olduğunu düşünüyorum. Bu işin altyapısını bilmeden, bilgisayar programı kullanan herkes sayfacı oldu” “Mizanpaj bir malzeme vitrinidir. Gazetenin uzaktan albenisi olmalı, vatandaş gazete standına baktığında manşet gözüne çarpmalı ki gazeteyi satın alsın ama genel olarak mizanpajlarda bu kuraldan uzaklaşma var”

“Kıbrıs'ta şu anda 15 gazete var. Bu gazetelerin yarısı sadece sabah programlarında okunmak için çıkıyor. Sabah programlarında okunmak için çıkan gazeteler, bu işi profesyonelce yapanlara taş koyuyorlar”

■ KAPTANOĞLU: “Bir yayım yönetmeninin, sayfa sekreterinin en dikkatli olması gereken şeylerden biri de fotoğraftır. Başlık o fotoğrafı destekler mi? Fotoğraf altı destekler mi? Fotoğraf seçimi özellikle çok zordur”

“Teknolojiyle her şey kolaylaştı ama ülke o kadar çok amatör gider ki, ben bu güzel teknolojiyi bile kullanamıyoruz gibi hissediyorum”

“Yaptığın işi zevk alarak yapmak lazım. Bu işe aşık olmak, yaparken mutlu olmak lazım. Oflayarak, acı çekerek, can sıkıntısıyla, küfrederek bu işi yapamazsın. Sevmen, değer vermen, benimsemen lazım, kendinmiş gibi görmen lazım”

Yayın yönetmenleri ve sayfa sekreterleri, gazetelerde, dergilerde “görsel yüzü” oluşturmak için emek verenlerdir. Gün boyu muhabirlerin, foto muhabirlerinin, editörlerin uğraşısıyla ortaya çıkan ürünün, okura nasıl sunulacağını belirleyen temel taşlarıdır onlar...

Erol Öney ve Orhan Akyüz, Türkiye basınının kalbi Babıali'de de çalışmış; daha sonra yolları Kıbrıs'a düşmüş isimler. Uzun yıllardır Kıbrıs Türk basını için emek veriyorlar.

Uğur Kaptanoğlu da, onların öğrencisi ve Kıbrıs gazetesinin yayın yönetmenliği gibi önemli bir sorumluluğu sürdürüyor.

MEDYA'nın ana konusunu “medyada görsellik, medyanın görsel yüzü” olarak seçerken “yazılı basınımızın görsel yüzü nasıl” sorusuna yanıt arayacağımız isimleri bu üç kişi olarak belirledik. Tümünü de mesai arkadaşlığım olan bu usta gazetecilerle sohbet etmek benim için hem keyifli, hem öğreticiydi. Pikaj masası, mumlu kağıt, kretuar, karanlık oda gibi tarihe karışmış (!) dönemleri yaşamış gazeteciler olarak bir buçuk saati aşkın süren röportajımızda Kıbrıs Türk medyasının sadece görsel yüzünü değil, birçok yönünü irdeleme fırsatı bulduk.

Soru: Konumuz “medyada görsellik.” Siz bu kavramdan ne anlıyorsunuz? Deneyimlerinizi de katarak anlatır mısınız?

Erol ÖNEY: Gazetede görsellik olarak adlandırdığımız mizanpajdır. Türkçeye çevrilmiş hali, sayfa düzeni. Önceden belirlenmiş birinci sayfa haberlerinin manşet, ikinci manşet, fotoğraflar ve görsellerin en uygun şekilde, bir sanat çerçevesinde, bir karmaşa yaratmadan yerleştirilmesidir. Bu da kendi içinde 4 ana gruba ayrılıyor: Serbest mizanpaj, statik mizanpaj, dinamik mizanpaj ve blok çalışma... Serbest mizanpaj adı üstünde, atış serbest. Statik mizanpaj her gün değişmeyen, belli bir kalıbı olan fal, TV sayfası gibi statik sayfalarda uygulanır. Blok çalışmada da her haber bir değişik kare teşkil eder. Dikdörtgen olabilir, yatay

olabilir ve her biri ayrı bir alandadır. Herhangi bir yere sarkmaz. Bunun yanında günümüzde en çok uygulanan dinamik sayfalardır. Dekupe fotoğraflar, kolların öteki fotoğrafa, habere girdiği vs sayfalardır. Bunların her biri geçmişte bir zamana kadar siyah-beyaz üzerinde uygulanırken daha sonra rengin de katılımıyla çok daha önemli oldu. Dolayısıyla sayfa düzeninde mizanpaj eskiden

Orhan AKYÜZ: Son 20 yılda ekonomik koşullar gazetelerin ebatlarını ufalttı. Kağıt ebatları da ufaldı. Bunun neticesinde insanların çalışma alanları, özellikle Türkiye'de büyük ebat gazete ve bizim Kıbrıs'ta tabloid gazeteler var. Bu zaman içinde teknolojiyle beraber mizanpajlar çok rahat olmaya başladı. Biz sayfa sekreterleri eskiden sayfaları çizerdik, üzerine puntoları



serbestti, 9 sütun vardı, bittiği yerde haber arka sayfalara atılırdı. Karışık, okunma zorluğu olan, pek göze hitap etmeyen sayfalardı. Zaman içinde gelişmelerden sonra günümüzde uygulanan mizanpaj anlayışı, artık tamamen bilimsel yöntemlerle yapılıyor. Bilgisayar tekniğinden de faydalanmak suretiyle yapılıyor. Eskiden puntolar standarttı. 8, 10, 12, 16 diye giderdi, istediğinizi yapamazdınız, sıkıntılıydı yani. Bu gelişmeler 1990'larda başlayıp günümüzde artık uç noktalara geldi. Artık ne yapmak istiyorsanız yapabiliyorsunuz. Bu Türkiye'nin de çok önem verdiği konuydu. Kıbrıs'ta da TC'den gelen bir akım olduğu için, yani şunu kabul etmek lazım; Kıbrıs'taki mizanpaj anlayışı 1974'ten sonra özellikle TC'den gelen gazetecilerin katılımıyla çok farklı bir noktaya ulaştı. Eski gazetelerle günümüz gazetelerini mukayese edemezsiniz.

yazardık. Şimdiki çalışma şartlarında sayfa çizme ortadan kalktı, onu bilgisayar operatörleri yapıyorlar. Belli sayfaları yayın yönetmeninin talimatı doğrultusunda yapıyorlar ama -Kıbrıs gazetesini bunların içinde ayrı tutabilirim- diğer gazetelere baktığımız zaman Kıbrıs'ta bir ekol yok. Genelde herkes bu işe evde başlıyor. Mizanpajın ana kuralı esbattır, ara mesafedir. Onlara çok dikkat ederdik, bizim belli kurallarımız vardı. Bizim aldığımız terbiyede belli kalıplar vardı, bunlar zamanla kırıldı. Daha mı iyi oldu, bence daha iyi oldu. Herkes daha özgür mizanpaj yapıyor. Ben Kıbrıs'taki gazetelerin mizanpaj olarak çok kargaşa içinde olduğunu düşünüyorum. Birkaçı hariç, evde oturan, bu işin altyapısını bilmeden, bilgisayar programı kullanan herkes sayfacı oldu. Ancak mizanpajın ana hedefi zaten haberi, fotoğrafı ön plana çıkarmaktır. Bir haberin gazete

satış standındayken uzaktan da okunabilmesi, fotoğrafın görülebilmesi lazım. Bu dünyada böyledir. Mizanpaj bir malzeme vitrinidir. Uzaktan albenisi olmalı. Bir vatandaş markete girdiğinde, gazete satış standına baktığında manşetin gözüne çarpması lazım ki gazeteyi aldırabilsin. Genel olarak mizanpajlarda bu kuraldan uzaklaşma var. Bir de gazetelerde, internette, TV'lerde, mesajlarda bilgi kirliliği var.

Bundan 20 sene önce gazeteleri manşet haber sattırır. Şimdi herkesin haberi var. Ön sayfalara çok konuda haber konuluyor. Yağmur yağınca bütün gazetelerin manşet yapması benim tuhafıma gidiyor. İnsanların zaten yaşarak gördüğü yağmur haberi yerine daha farklı haberler kullanmak lazım. Ben gazetecilikte özel haber taraftarıyım.

SORU: Uğur sen hala mizanpaj kağıdıyla sayfa çizen bir yayın yönetmeni olarak neler söyleyeceksin?

Uğur KAPTANOĞLU: Evet, bunu ustalarımızdan gelen bir bayrak yarışı olarak adlandırırım. İşin profesyonelce yapıldığının göstergesidir. Bu iş sadece haberleri bir sayfaya yerleştirip baskıya göndermek değildir. Okuyucuyu yönlendirmektir önemli olan. Sayfa düzeni gündemdeki konularla ilgilidir. Ben de özel haber taraftarıyım. Yağmurun perde gerisi, bir insanın veya hayvanın yağmur nedeniyle yaşadığı mağduriyet ön plana çıkarılabilir. Ama mizanpajda esas dikkat ettiğimiz, okuyucuyu sıkmadan, yormadan, rahatça gazetenin okunmasını sağlamaktır. Bu iş bir

zincirdir. Sabah kahve yapan kadından ertesi günün ilk saatlerinde gazete dağıtımına çıkan şoföre kadar herkesin emeği vardır. Çekilen fotoğrafa, yazılan habere karşı büyük saygı duyulması gerekir. Bunların ciddi, kontrollü, profesyonel yapılmasıdır. Aksi halde bir A4 kağıda bir şeyler karalayarak da bir sayfa yapabilirsiniz. Yayın yönetmeni gündüz hazırlanan

bellidir. Hepsi standarttır. Bunu siz değişik biçimlerde okuyucuya sunduğunuzda bayağılıktan çıkar. Ama yine de gazeteniz fark yaratır. Yani bu, kişinin giyim ve makyaj tarzı gibi hemen yansır. Ciddi bir yayın organında, yayın yönetmeni, sayfa sekreteri ne yapacağını bilir, fazla düşünmez. Otomatige bağlanmış gibi. Manşetin karakteri belli, harf sayıları belli, bütün küçük element grupları nasıl

olacağı belirlenmiş olduğundan önce fotoğrafların genel istek, oradaki eğilim üzerine yerleştirileceği kararlaştırılıp bir denge kurulur ve o denge üzerinden tık tık tık hepsi yerini bulur zaten. Yani 12 tane haber varsa, zaten başlığın yanına koyacağınız haber, sürmanşet haber, manşet, fotoğraflar, 2.-3. haberler var. Yalnız burada üstteki bir haber çok okunacak diye bir şey yoktur. Altta bir haber bir çerçeveye almak, bold yapmak suretiyle veya oraya bir sıcak renk verilmek suretiyle dikkat çekici hale getirilebilir. Örneğin ben hatırlarım, şimdi rahmetli olan bir öğretmen çocuğun kulağın çekti diye haber olmuştu. Haber 2 satır.

Beni telefonla aradı, "Erol n'olur o haberi yayımlama" dedi. "Öyle bir yetkim yok ama en altlara küçük koyabilirim" dedim. Nitekim öyle yaptık ama yine de yüzlerce kişi okudu ve telefon aldık, haber gündem yarattı. Zaten güçlü bir haberdi, nereye koyarsanız koyun etkili oluyor.

SORU: Ama yine de bir yayın yönetmeninin, bir haberi ve fotoğrafı gizleyebileceği veya daha çok göze çarpmasını sağlayabileceği bir gerçek...

E.ÖNEY: Evet bu saklama veya öne çıkarma kesinlikle olabilir.



tüm haberlerin, çekilen fotoğrafların en iyi şekilde okuyucuya ulaştırılmasını sağlayan kişidir.

SORU: Bir yayın yönetmeni, bir haberin hangi fotoğrafla hangi sayfada kullanılacağına karar veren, hatta haberin başlıklarına da müdahale ederek daha okunur hale getiren kişidir. Gün boyu mutfakta pişenleri tabaklara kotaran kişi diye de tanımlayabiliriz sanırım.

E.ÖNEY: Gazetenin politikası içinde mizanpajı da vardır. Başlık karakteri, spotların karakteri

Fakat bu mizanpaj olayında şunu da söyleyeyim: Ben katıldığım toplantılarda rahmetli Mehmet Ali Akpınar ve yazı işleri ekibiyle otururduk. Orda konuşmalar başlayınca, siz kafanızda sayfayı kurmaya başladınız. Mehmet Ali bey 'şuraya şunu koy, bunu böyle koy' demiş adam değildi. Günümüzde bunu yapanlar ne yazık ki var, aslında izin vermemek lazım.

Mesela yine rahmetli Doğan Harman'ın büyük serbestlik verdiği yıllarda çalıştık. Orda kafanızda planlıyorsunuz, genelde bir kağıt, A4 veya A3 olur, ufak tefek işaretler, notlar alıyorsunuz, aşağıya indiğinizde alıyorsunuz kalemi, başlıyorsunuz çizmeye. 10 haber varsa onları 'nasıl dağıtabilirim' diye kafanızda tasarladıktan sonra başlıyorsunuz çizmeye. Burada tabi harf sayısı önemli. Mesela 100 vuruşluk bir haberse ayracağımız yer belli. Çoğu zaman onaylanmış haberde kısaltma yapamıyorsunuz. Üst başlıkta ekleme- çıkarma yapamıyorsunuz ama aslında o yetkiniz var. Bloklu olması için örneğin Derviş Eroğlu adında 'Derviş'i attığınızda anlam değişmiyor. Bunlardan sonra bir de uygulama faslı var. Uygulamayı yapan arkadaşların da sizinle aynı enerjide olması lazım. Çünkü siz mizanpajı yaptınız verdiniz ama çıkan farklı olabilir, onu da kontrol etmek lazım.

Bir de fotoğrafın katrajlanması lazım. Biz bunu yapardık. Renk ayırımına vereceğimizde fotoğrafı katrajlardık ve montajda tam yerine otururdu.

Şu anda layıkıyla, hakkıyla, olabildiğince Kıbrıs gazetesi dışında bu dediğimiz konuları uygulayan bir gazete yok. Bazıları uygulamak istiyor ya da uygulamak gibi yapıyor ama yapamıyor.

SORU: Fotoğraflar ve gelen diğer malzemeler nasıl değerlendirilmeli sayfalar oluşturulurken?

O. AKYÜZ: Eskiden elimize 4-5

kare gelirdi. Zaten foto muhabirlerine tasarruf tedbirleri çerçevesinde '3-4 kareden fazla çekme' denirdi. Şimdi yüzlerce kare çekiliyor. Profesyonel gazetelerde fotoğraf editörlüğü var. Bizde yayın yönetmeni olan gazetelerde fotoğraf editörlüğünü yayın yönetmenleri yapıyor. Ama diğer gazetelerde ilk çekilen kareler hatta cep telefonu ile çekilen kareler bile haberde kullanılıyor. Ondan sonra da baskı teknolojisinden yakınıyorlar. İşin bu tarafını da düşünmek lazım. Ben TC gazetelerini de basıyorum, yerel gazeteleri de basıyorum. İş fotoğrafın kalitesinde. Geçenlerde Erdoğan geldiğinde inceledim. Bir gazetede Erdoğan'ın siyah giymiş fotoğrafları siyah zeminde basıldı. Sonra o gazetenin genel müdürü beni aradı, 'bizim fotoğraf niye böyle çıktı' diye yakındı. 'Fotoğraftandır' dedim. Doğru fotoğraf seçilemedi.

Tek bir fotoğraf bütün her şeyi anlatır. Altına bir şey yazmasan da... Kıbrıs Türk basını aslında birçok ülkenin ilerisindedir. Bu kadar çok gazete olmasının nedeni de teknolojinin ilerlemesidir. Bir gazete eskiden en az 20 kişiyle çıkardı, şimdi tek başına gazete yapabiliyorsun. Ben haftalık Çivi gazetesini 4 sene tek başıma çıkardım. Sağdan soldan destek alırdım, çıkarırdım. Teknoloji çok gelişti.

Teknoloji geliştikçe, mizanpaj eski önemini kaybetmiş görünüyor. Çünkü nasıl olsa herkes sayfa yapıyor, fotoğraf koyuyor. Herkes gazeteci oldu. Ben saygı duyarım ama bizim yetiştiğimiz gibi değil şimdi. İşin özü yok. Biz ufak bir şey için dünyaları yakardık! Sert tedbirlerimiz vardı. İyi miydik kötü müydük bilemem ama bir disiplinimiz vardı. Şimdi bir rahatlık ve serbest mizanpajın rahatlığı var.

SORU: Bu işleri bilen yeni ekipler yetişiyor mu Kıbrıs Türk basınında? Örneğin senin ekibin kimlerden oluşuyor Uğur?

U. KAPTANOĞLU: Biz 7 kişilik

ekiple çalışıyoruz. Dönüşümlü olarak çalışıyoruz. Bu işi ciddi şekilde yapan zaten özden gelen, eski kişilerdir. Özden gelen kişiler işin ciddiyetinde, farkındadır. Bilgisayar operatörü uygularken mizanpajı, gözüne yanlış gelen bir şeyi uyarır. Dikkat eder. Çoğu kez yanlışları fark edip düzeltir. Bu ekip işidir tamamen. Eskiden fotoğraf ekonomik olsun diye daha az çekilirdi. Şimdi örneğin Türkiye Cumhurbaşkanı Erdoğan geldiğinde çekilen fotoğraf sayısı bine yakındı. O fotoğrafların içinde mutlaka olayı tek başına anlatabilecek bir kare vardır.

Önemli olan o kareyi oradan bulup seçmektir. Bu tabi ki küçük ama büyük detaylara girer. Bir yayın yönetmeninin, sayfa sekreterinin en dikkatli olması gereken şeylerden biri de fotoğraftır. Başlık o fotoğrafı destekler mi? Fotoğraf altı destekler mi? Fotoğraf seçimi özellikle çok zordur. Gündem çok yoğundur. Teknoloji ilerledi, hem muhabirlerden, hem ajanslardan haberler, fotoğraflar gelir. Aslında profesyonellik, bu karmaşanın içinde düzeni yaratabilmektir. Yoksa ajanstan alınan haberlerin zamanını düzeltmeden yayımlayan gazeteler var, komik oluyor. Bizde 2 sayfa sekreteri, 4 bilgisayar operatörü, bir de fotoğraf editörü vardır. Kötü bir fotoğraf yapılan işi yok eder, haberi yok eder. Dekupe fotoğraf yapılacaksa güneş vuran bir görüntüyü yapmak çok saçmadır. Fotoğraf editörünün elinden geçmesi, renk ayarlarını yapması gerekir. Eskiden bu iş daha zordu. Eskiden fotoğraflar sayfanın çizilme şekline göre ayrıca çekilir, scan yapılırdı. Çıkacak fotoğrafın boyutunun birebir tutması lazımdı. İlk zamanlarda ben çok zorluk yaşadım. Verdiğim ölçü tutmazdı, elimde cetvelle gezerdim. Tekrar gider sayfayı ölçerdim. Çünkü her hata, şirket için cepten çıkacak bir para demektir. Şimdi her şey teknolojiyle daha kolay yapılıyor. Ama ülke o kadar çok amatör gider ki, ben bu güzel teknolojiyi bile kullanamıyoruz gibi hissediyorum.



Uğur Kaptanoğlu

okuyucuyu tutabilmek yayın ekibinin elindedir. Gündüz yazılan haberin elden çıkışı yayının yönetmenine kalmıştır. Onun elindedir her şey... Herkesin emeğine saygı gösterecek kişi yayının yönetmenidir. Ama diğer gazetelere bakıyorum, çoğu gazete kuralsız gidiyor. Ne esbaslara, ne başlık büyüklüklerine dikkat edilir. Ne doğru yazıldı, yanlış yazıldığına dikkat edilir. Bu durum da basını kirletmeye devam ediliyor.

Çok iyi baskı yapan yerlerimiz var. Örneğin Orhan ustanın matbaası dünya standartlarındadır. Orhan usta nereye dikkat eder? Kalıba toz, leke gelmesin ki iş iyi çıksın. Bunu düşünmeden hareket eden insanlar var ve gazeteci kimliği altındadır.

Bu işi yapan insanların ruhunda gazetecilik olması lazım. Yaptığımız işin sonucunda çıkan gazeteyi binlerce kişi okur. Kötü iş çıkarsa, onlara saygısızlık olur. Bizde bu işler o kadar basit olmaya başladı ki! Herkes sayfacı, herkes yayını yönetmeni oldu. Editörlükler, haber müdürlükleri havada uçuyor ama bu iş çok ciddi bir şeydir.

Okuyucu ceylan gibidir, ürker, kaçır. Kaçtıktan sonra geri döndürmek zordur. Profesyonel adım atılırsa, okur orda kalır. Kıbrıs'ın en çok satmasındaki neden de budur. Sonuçta tüm gazetelerde aynı haberler vardır, tamam herkes politikasına göre farklı değerlendirir ama

SORU: Yazılı basın internetin tehdidi altında, hatta gazetelerin kağıda basılmış halleri için az süre kaldı diyerek ömür biçenler var. Gazetelerimizin TV'lerdeki sabah kuşaklarında ön sayfaları okuduğu için "birinci sayfaya ne kadar çok haber koyarsak ve haberlerimizi duyurursak o kadar iyi" gibi bir kaygı oluştu sanki... Ondan dolayı ön sayfalarda sürmanşet, manşet, fotoğraf konusu gibi temel öğelere önem verilmeden, onlarca haber konuluyor. Boğucu sayfalar yaratılıyor. Bu yöntem doğru mudur?

E. ÖNEY: Bir fotoğraf da manşet olabilir. Orda yazdığımızdan ziyade, fotoğraf tek başına konuşur. Teknik olarak sürmanşet dediğimiz yer, başlığın üstü boydan boya verilmesidir. Bizde logonun üstüne konulmuş küçük küçük haberler yaygın. Bunlara sürmanşet diyemeyiz.

SORU: Bize okulda sürmanşetin manşetten bile daha önemli haberlerin yeri olduğu öğretilmişti ama doğrusu Kıbrıs Türk basınındaki uygulamada böyle değil, sürmanşet kavramı çok karıştı.

E. ÖNEY: Evet öyle. Sürmanşet kesinlikle en üstte, logonun üstünde boylu boyunca en önemli haberdir. Kıbrıs'ta genelde sürmanşet yapılmıyor. Türkiye'de eskiden çok devalüasyon olurdu. Gazeteler 'Devalüasyon' diye tek kelimeli sürmanşetler atardı. Haber içte devam ederdi. Sistem olarak sürmanşet, manşet, ikinci manşet ve bir de öne çıkan fotoğraflı haber olmalı. Ayrıca sayfa düzeninde, sürmanşet ve manşetin dışında, fotoğraflarla ilgili bir silsile vardır. Sayfaya baktığımızda, sayfa yavaş yavaş sürükler bir yere doğru. Örneğin reklamlarda tek sayfa istenir. Gazeteler ortaya kadar tek sayfa bakılır, sonra çift sayfa olarak tutulur, okunur. Bunlar zamanla, yapılan araştırmalarla ortaya çıkmış şeyler. Renklerin etkisi, örneğin kırmızının heyecan yaratması, sıcak renkler, Akdeniz renkleri, sarılar, kırmızılar, turuncular çok daha sıcak sayfalar olur. Soğuk renkler, örneğin Zaman gazetesinin renkleri iter, rahatsız eder. Avrupa'daki gazeteler de öyle.

SORU: Bir de sağ-sol sayfa ayrımı var ki, sanırım reklam fiyatlarında da farklı...

U. KAPTANOĞLU: Tabii, müşteriler reklamlarının özellikle sağ sayfada yayımlanmasını ister. Okur sayfayı çevirdiğinde gözüne ilk önce sağ sayfa çarpar. Yan yana gelen iki sayfadaki başlıklara dikkat etmek lazım. Aksi halde ortaya trajikomik şeyler çıkar. Bu işi yapan kişi, belki de ülkeye okumak için gelen öğrencidir. Quark-express programını bilir diye alınır işe, ucuz işgücüdür.

Modern dizayn yapılan, çerçevesiz, sade, düz reklamlar var. Bizi çok zorlar. Haberlerle karışmaması lazım. Reklam veren firmaların hassasiyetlerini de dikkate almak gerek. Örneğin x marka araba reklamının üstüne, y marka araba haberi koymak büyük sıkıntı yaratır. Buna dikkat edilmediği için firmalar daha az satan gazetelere reklam vermeyi tercih etmiyor. Profesyonellik birbirini tetikler. Yaptığın işi gazetecilik ruhuyla sürdürebilirsen hiçbir sorun olmaz. Ama bizde o yok.

E. ÖNEY: Bugün Kıbrıs'ta yayımlanan gazetelerin büyük bir bölümü mizanpaj, sayfa düzeni açısından ele alınamayacak düzeyde. Bir şeyi eleştirebilmek için belli kıstaslara sahip olması gerekir. Ben bunun neresini eleştireyim? Eleştirecek tarafı yok, çünkü her şeyi kötü! Böyle bir şey yaşıyoruz. Mesela başlıklarda uygulanan horizontal daraltma olayı vardır. Sündürme olarak geçiyor Kıbrıs'ta. Siz bir karakteri -bu karakterin yaratıcısı, imzası var- dünyada yaygın olan kural yüzde 10 daraltılıp sündürülebilir. Yüzde 10 şansını da size istemeye istemeye verirler. Ben öyle başlıklar görüyorum yüzde 30-40 sündürülüp okunmaz hale getirilmiş. Halbuki o karakter kendi içinde bir karakterdir. Onu sündürerek okunmaz hale getirmişsiniz! Bütün fontların geniş, bold, italigi, darı var. Yani örneğin helvetica black. Siz daraltıp okunmaz hale getirmişseniz bu yanlış. Burada önemli olan algılama ve okuma rahatlığıdır. Bir de şunu düşünmek lazım. Bu gazeteyi herkes okuyabilir. İlkokula gitmemiş biri de, bir çocuk da, yaşlı bir insan da bakabilir. Bütün dünyada kural, bir haber karakteri minimum 10 punto olmalıdır. 10'dan düşük, 9-8 punto bir yazıyı belli bir yaş grubu okuyabilir ama o da sıkıntıyla okur, uzun süre okuyamaz. Yazılı basının 10 yılda ortadan kalkacağı 10 yıl önce de söylenirdi. Bu kıyamet gibi bir şey oldu. Gazetenin görevi yalnızca o günü kurtarmak değil. Arşiv özelliği var.

Bugün internete girmiş bir haberi ararsanız bulamayabilirsiniz ya da yüzlerce farklı versiyonu bulursunuz. Örneğin bir kelime arıyorsunuz, 6 milyon tane var. Halbuki gazeteler arşive giriyor ve bir belge sunmak gerektiğinde ilk bakılacak yer gazetelerdir. Kenan Evren şu tarihte ne demişti, Denktaş ne yapmıştı?

O. AKYÜZ: 2 yıl önce Almanya'da bir toplantıya katılmıştım. Gazetelerin geleceği konusunda bir toplantıydı. İnternetin güvenilirliği giderek düşüyor. Bir kelime yazıyorsunuz, bir sürü şey çıkıyor. Güvenlik nedeniyle gazeteler daha uzun yıllar yaşayacak. Ama bu tirajla kalırlar mı, o biraz zor. Kıbrıs'ta şu anda 15 gazete var. Bu gazetelerin yarısı sadece sabah programlarında okunmak için çıkıyor. Sabah programlarında okunmak için çıkan gazeteler, bu işi profesyonelce yapanlara taş koyuyorlar. 30 tane satıyorsa kapatsın. Şantaj ve yalan makinesi üzerine kurulan gazeteler de var. Habere yorum katılmaz. Gazetecilik kurallarının gözardı edildiği, yalan ve şantaj üzerine kurulmuş gazeteler var. TV'ler gazeteleri okuyorsa telif hakkı ödemeli. Bir sürü insan emek veriyor, sabahleyin hanımefendinin biri açık gazeteyi okuyor. Daha sonra diğer sayfaları, ardından spor sayfalarını, sonra da magazin sayfalarını okuyorlar. Bu sektör nasıl ayakta kalacak? Bilişim Yasası, Basın İlan Kurumu gibi ihtiyaçlar var. TC'de bir süre gazetelerle TV'ler gazetelerin ekranda okunmaması için anlaşmıştı. Gerçi

sonra bu anlaşma bozuldu. Gazeteciler Birliği'nin de bu konuya eğilmesi lazım. Bana kalırsa ana sorunumuz, bu gazetelerin yaşaması için, bu işten eklemek isteyenlerin korunmasıdır. Gazetelerin haberleri, künyeleri bile olmayan internet siteleri tarafından çalınıyor.

SORU: Evet, maalesef öyle... Ülkemizde medya gücü farklı amaçlar için kullanılır oldu ve gazeteciliğin de ciddi bir saygınlık sorunu yaşadığını düşünüyorum.

U. KAPTANOĞLU: Sayı da çok fazla bence. Yalan, şantaj uygulanıyor. Gazetelerin televizyonlarda okunması, internete geçmeye çalışan gazeteler için de büyük bir engeldir. İngiltere'de, Avustralya'da yaşayan bir Kıbrıslı Türk, TV'den izleyince yeniden internet sayfasına girip okuma gereği de duymuyor.



Orhan Akyüz

SORU: Zaten ülkemizde ciddi bir okuma sorunu var bence. Sabah işe giderken radyodan sadece haber başlıklarını duyan kişiye, bu yeterli geliyor. İnsanlar detayları ve doğruyu bilmeden fikir sahibi oluyor. Üstüne bir de sosyal medyada yorum bombardımanı yapılıyor. Hızlı bir çağda yaşıyoruz, herkes zamansızlıktan yakınıyor. Hakkını vererek gazete okuyan insan sayısının giderek azaldığını gözlemliyorum.

E. ÖNEY: Gazetede editoryal sorumluluk, dokunuş var. Sayfa düzeninden tutun da, muhabirlerin, fotoğrafçıların profesyonel kurallara uyararak verdiği bir emek var. İnternette haberlere baktığımız zaman, suç unsuru olan bir kelime içeren haberi bile kopyalayıp yapıştırıp yayımladıklarını görüyorum. Bugün hiçbir olayda copy-paste olamaz, saygın bir durum değildir. Ne yazık ki internette alabildiğine özgürlük var, bol bol küfür var.

Ben birçok gazetenin gizli bir web haber sayfası olduğunu düşünüyorum. Orda istediğini yazıyor adam. Gazetenin yazdığını da değiştiriyor. Web sayfalarının kendi ürettiği bir şey yoktur. Ya ajanstan, ya gazeteden almıştır. Köşe yazarları gazetelerden alınmıştır. Bu düzeyde internetin gazetelere ancak kötülük yaptığını düşünüyorum. Yani gazetelerin yok olması için bir faaliyet içinde olabilirler. Ama onlar da bilir ki gazeteler olmazsa onlar da olmayacak. Bindığı ağacı kesmek gibi bir şey oluyor. Gazetelerin internetle mücadelesi var mı, yok! Bugün gazeteler internet ortamından faydalanıyorlar ama nasıl? Örneğin Ortadoğu'daki olaylarla ilgili büyük ajansların fotoğraflarını alıyorlar. Bu fotoğrafı kullanırken kaynağını yazıyor altına.

SORU: Gazetelerin statik sayfalarında mizanpajlar nasıl?

E. ÖNEY: Gazeteyi tasarlarken belli bölümler var. Arkada spor, ortada magazin, önde siyasi haberler, bir de dış haberler. Bunlar belli gazetelerde layıkıyla uygulanıyor. Bunun dışında bir karmaşa var. A vitamini şuna iyi gelir denebilir ön sayfada veya

meteorolojik bilgi, ilgi çekici bir magazin haberi verilebilir. Ama içerde ona ayrılmış bölüm vardır. Örneğin cinsel bilgiler, çocuk, kültür sanat sayfaları vardır. Bunlar çoğu zaman, sanıldığı aksine en çok okunan bölümlerdir. Haberler zaten bütün gün televizyondan, radyodan, internetten, sosyal medyadan okunuyor, görülüyor. Hatta kendi de katılıyor. Bunlar bitince insan iç dünyasına dönüyor. Gazetenin sadece haber sayfaları değil, günümüzde bu sayfalar daha çok önem kazanır. Gazeteye bakınca bir sürü başlık görüyoruz. O tür sayfalarda uzun bir yazı okur, bilgilenir, rahatlırsınız. Gazetenin okuru eğitecek, eğlendirecek konulara da yer vermesi lazım. Ama bizdeki gazeteler bunlara yeterli önemi vermiyor. Sayfalarda süreklilik yok ama örneğin çocuk sayfası devam ediyor. Facebook çıktı diye çocuk sayfası önemini yitirmiyor.

SORU: Ülkemizde dergiciliği nasıl buluyorsunuz? Uzun süreli birkaç dergimiz, birkaç gazetemizin hafta sonu verdiği dergileri var. Dergilerde görsellikle ilgili değerlendirmelerinizi de alabilir miyim?

E. ÖNEY: Benim birkaç dergi çalışmam oldu. İlki rahmetli Raif Denктаş'ın Çengel dergisiydi. Kıbrıslı dergisini yaptım, 5 yıla yakın gitti. Ondan sonra Aktüel Kıbrıs diye kendim bir dergi denemesi yaptım ama o derginin çıktığı dönem maalesef, magazin ve politikanın sıkıştırdığı bir dönemdi. İçerik olarak zaten tam olarak okuyucuyu da bizi de tatmin etmedi. Bu yayınların bazıları ticari olarak başarılı oluyor maalesef.

Kıbrıs gazetesi ticari olarak çıktı. Herhangi bir siyasi partinin, derneğin yayın organı olarak çıkmadı. Bazılarına ağırlık verdiği dönemler oldu tabi ki ama şu anda siyasi partilerin, belli grupların çıkardığı gazeteler, o hareketin başarısı oranında satılıyor. Örneğin bir Demokrat Parti'nin oy oranı neyse, Demokrat Bakış gazetesinin satışı da öyle oluyor. Ben çalıştığım gazeteyle ilgili konuşmam gerekirse, bizim gazete ticari bir gazete değil tabi ki. Partinin

resmen yayın organıdır, tüzükte de belirtildiği gibi. Tamamen partinin abonelerine yönelik ve bir miktar da satışta... Siyasi gazetelerin uyguladığı bir sistem var. Bu gazeteyi bassanız da biliyorsunuz şu kadar aboneniz var, kalan stantlara konuyor.

Stant da ayrı bir olay. Eskiden insanlar stantlar önünde kuyruk oluşturur göz atardı, bir veya iki gazete alıp giderdi. Şu anda o stant olayı da kalktı. Eskiden Türkiye'de büyük boy gazetelerin manşeti, standa konuş şekline göre olurdu. Günümüzde gazeteler, katlanıyor, atılıyor. Marketlerde de gereken değer verilmiyor.

Eskiden gazeteler gazetecilerde satılırdı. Bazı marketler şimdi 'senin dergini, gazeteni standıma koyarım ama şu kadar para alırım' diyor. Yani gazeteye, dergiye yoğurt, peynir muamelesi yapıyor!

Dergi için ayrılan bölüme TC'nin dergilerini koyuyor. Yerel ürünlere marketler de önem vermiyor. Altta kalanlar olduğu gibi iadeye gidiyor. Tiraj konusunda da sıkıntı var. Bir gazete çıkaracağım, 10 bin tane basmak isterim. Dağıtım şirketi 'yok oğlum 10 bin gazete dağıtmam, hamal mıyım' diyor. 500 tane ancak! Yani biz bu gazeteyi 5 bin tane basamayız.

Dağıtacak şirket ben bu kadar gazeteyi dağıtmam diyor. Çok çok iyi ilişkilerin varsa 'bir hafta denerim, iadene göre düşürürüm sayını' diyor. Örneğin satışınız 3 binse, artık 4 bin veremezsiniz dağıtma...

Şu anda gazetelerin çoğunun tirajı binlerin altında.

Herkesin bir hayali var. Ben 25-30 yaşlarımda olsam, şu gazetelere baktığımda Kıbrıs gazetesinde çalışmak isterim. Bir Demokrat Bakış, Ortam, Star gazetesinde çalışmak istemem.

U. KAPTANOĞLU: Yaptığın işi zevk olarak yapmak lazım. Bu işe aşık olmak, yaparken mutlu olmak lazım. Oflayarak, acı çekerek, can sıkıntısıyla, küfrederek bu işi yapamazsın. Sevmen, değer vermen, benimsemem lazım, kendinmiş gibi görmen lazım.

Dergi konusunda birçok deneme oldu, birçok dergi çıktı. Ama o kadar bir

yalancı ve sahtekar insanlar bunlara girişti ki, bir iki sayı çıkardı, üçüncünün reklam paralarını alıp çıkarmadan ortadan kaybolup kapattım dedi. Bu sefer gerçek anlamda dergi çıkarmak isteyenler o firmaya gidince 'yok benim dilim yandı, dergiye reklam vermem, gider gazeteye, TV'ye veririm'der. Ülkede dergicilik o yüzden gitmedi. Bizde teknoloji gerçekten çok iyi ilerledi. Çok güzel baskı yapabilecek matbaalarımız, tesislerimiz var ama buna yönelebilecek insanlar çok azaldı. Ya bir gazete yanında dergi çıkarıldı, o da okuyucuya hediye olarak. Ondan bir şey kazanmaz zaten. Bir hediye olarak verir. Dolayısıyla bunların tasarımını yapacak kişiler de azaldı. Gerçek anlamda uzaklaştı. Eren Noyan çok iyiydi, dergi yapımında. Şimdi Birol Bebek devam eder. Uzun soluklu bir dergidir, onun dışında dergi yok. Biz zaten toplum olarak ithali çok severiz. 'Cosmopolitan' alırız, 'Mesarya' dergisi almayız. O yüzden bizde dergicilik gelişmedi, bir

noktada durdu. Bu da sahtekar zihniyetli insanlar yüzünden oldu. **O. AKYÜZ:** Ben Turkuaz grubuyla da çalışıyorum. Yılbaşında Turkuaz grubu dergileri tamamen kapattı. Doğan grubu da 2 ay evvel dergi grubunu kapatıp matbaalarını sattı. Dünyadaki dergi daralması bize de yansdı. Kıbrıs'ta dergiciliğin ilerlememesinin en büyük sebebi, reklam pazarlaması yapan arkadaşların ciddi şekilde çalışmaması, güvensizlik yaratmaları. Reklam verecek iş adamlarını bıktırdılar. Ülke koşullarıyla da ilgili tabii ki. Gazetelerin yaşaması lazım. Yaşamaları için iş adamlarının destek vermesi lazım. Gün gelir herkesin gazeteğe ihtiyacı olur. Bizim ülkemizde Basın İlan Kurumu gibi bir oluşum lazım. Ayrıca şirketler, reklam harcamalarını vergiden düşebilmeli. Bu sektör ancak öyle ayakta durabilir. Bu sektör tirajlarla ayakta durabilmek için destek bulmalı. Bizde gazeteler battal gazi gibi. Para

kazanmak için başka yönle kayıyorlar. Bu da çok tehlikeli. Dergi ve gazete mizanpajı çok farklıdır. Dergide tek konu üzerinde çalışılır. Alanlar farklıdır. Yazılar taşar. Ülkede çıkan birkaç dergiyi tebrik etmek lazım. Gerçekten taştan su çıkarıyorlar. Denemeler oldu ama başarılı olamadı.

E. ÖNEY: Dergilerin haftalık çıkması lazım. Bence dergi çıkacaksa haber dergisi olmalı.

U.KAPTANOĞLU: Tiraj düşüklüğü bu işi etkiler. Yeterli grafiker çalıştırılmıyor.

O. AKYÜZ: Sayfa yapanların haberleri okuması lazım ki neyi ön plana çıkarabileceğini bilsin, sayfayı yapabilsin.

SORU: Yayın yönetmeni olarak veya gazetecilik hayatınızda yaşadığınız unutamadığınız birer anınızı anlatarak sohbetimizi tamamlayalım.



O. AKYÜZ: Yenigün gazetesindeyiz. Denктаş'la Klerides'in fotoğraflarını karıştırdık. Bu sefer Denктаş'ın söyledikleri Klerides'e; Klerides'in söyledikleri Denктаş'a yazılmış oldu. Ertesi gün Denктаş'tan ikaz geldi. Bize hoş bir yazı göndermişti. O anda Kıbrıs meselesinde karşıt taraflar birleşse, belki sorunu çözerlerdi diye yapmıştık o hatayı ama... (gülüyor)

E. ÖNEY: Kıbrıs gazetesinin çıkış tarihi ilan edildi. Birkaç gün önce Süleyman Ergüçlü ile sohbetimiz oldu. Ben içime doğan bazı sakıncaları söyledim. Ergüçlü 'biz öyle makineler getirdik ki bu dediklerinin hiçbiri olmaz' dedi. Ertesi gün saat 10.30-11.00'e geliyor. Vural gelip beni Mullahasan'ın kahvesinde buldu. 'Mehmet Ali bey seni acele çağırıyor' dedi. O gece gazete çıkacak. Tarih 10 Temmuz 1989. Beni arabaya aldı, Mehmet Ali beyin yanına gittik. 'Bizim bilgisayarlar çöktü, hiçbir şey yapılamıyor, ne yap yap bu gazeteyi çıkar' dedi. Eski binadayız. Ben yukarı çıktım, rahmetli Durmuş Kuş var, kamerada Ali var. İki tane uyduruk pikaj masası var ama

öylesine konulmuş. Bütün haberleri aldım. Üçe ayırdım. Bunları tek, bunları çift, bunları da bir buçuk sütüne dizeceksiniz dedim. Ali'ye dedim ki bir set yüzde 100, bir set yüzde 150 çekeceksin. Serhat Bayar'ı ve Ali'yi getirdim. Tunç da içerde. Tunç bereket versin, bazı sayfaları bilgisayarda yapması zor diye TV sayfası vs. yapmış gündüzden. Gazete 24 sayfa. Bir yapmaya başladık. Saat 23.30 gibi sayfalar filme çekildi. Bir kısmı bu binada, bir kısmını baskı makinesinin olduğu binada yaptık ve sabah 04'e doğru o gazete çıktı. Yani Kıbrıs gazetesinin ilk sayısı çok çok sancılarla çıkabildi. Mehmet Ali bey zaten çok heyecanlıydı, o gün yüzü resmen kahverengiydi. Ertesi gün hepsi yollandı o bilgisayarlıların...

O. AKYÜZ: Birkaç gün sonra baskı makinesinin motoru bozuldu. Asil beyin Noble Air'ı vardı, özel uçak şirketi. Makine için özel uçak kalktı, Hollanda'dan aldı getirdi.

U. KAPTANOĞLU: Bizde de hata çok oldu. Yüksek Mahkeme Başkanı

yerine Fırıncılar Birliği Başkanı'nın fotoğrafını koyduk, tarih yanlış çıktı... Ama benim unutamadığım şu: İşi Orhan ustadan devraldık, O Türkiye'ye dönecekti. 10 Kasım'dı. O zaman da Mehmet Ali bey seçerdi ön sayfaya girecek tüm fotoğrafları. Bir tane büyük Atatürk posteri vardı. Odasından çok özel olarak çıkardı. O zaman fotoğraflar scan'a girerdi. Yeni bir personel almıştık, Suzi'yi. Kıza posteri verdik, 'dikkatli, gözün gibi' diyerek... Kız posteri merdaneye bir güzel yapıştırdı ama bir ucunu açık bıraktı. Makine dönünce poster tamamıyla parçalandı. Tek başımayım, rahmetli Mehmet Ali bey telefon açtığı zaman konuşmak zordu. Öyle bir şey vardı. Nasıl söyleyeceğimizi bilemedik. Bir şekilde hallettiydik ama o geceyi hiç unutmuyacağım. Ama yıllar içinde daha çok hata yaptık.

O. AKYÜZ: Yenidüzen'in 1. sayfa'yı yanlış bastık biz de matbaada. Bizim hatamızdı. Üretim aşındaki arkadaşların işe sevdalı olması lazım, hataları azaltmak için...



KIBRIS Time
Haberde Özgür - Yorumda Kalite

www.kibristime.com

5 YILI AŞKIN
BİR SÜREDİR
BİZİ ELİNİZDEN
DÜŐÜRMEĐİĐİNİZ
İÇİN TEŞEKKÜR
EDERİZ





Aysu ARSOY
DAÜ İletişim Fakültesi
Öğretim Üyesi
aysuarsoy@gmail.com

Medyada görsellik: Haberlerde fotoğrafın görsel kurgusu

Haber ajanslarından alınan haberleri daha dikkat çekici hale getirmek, kamuoyu yaratmak için arşivden daha önce yayınlanmış bir görseli yeniden kullanmak veya internetten elde edilen görsellerle konuyu desteklemek yerel basında sıkça kullanılan yöntemler arasındadır.

Kullanılan görselin kimin tarafından üretildiği, nasıl ve nerde kullanıldığı, okuyucunun beklenen anlama ulaşması haber kurgusunun parçasıdır.

Görsel kullanarak yazılı haberi güçlendirmek, okuyucunun dikkatini çekmek konuyu pekiştirmek amaçlıdır. Yazıda olduğu gibi, görsellerde de kaynak, zemin ve tarihe göndermeler yapar.

Bu yazıda görsel olarak ele alacağımız, haberlerde kullanılan fotoğraflar olacak.

19 Ekim 2014 tarihinde Türk Ajansı Kıbrıs'ın (TAK) yayımladığı “köpeğini aracının arkasına bağlayıp sürükleyen şahsa yasal işlem” başlıklı haber özeti, birçok yerel gazete tarafından da yayımlandı.

Haber, fotoğraf kullanarak destekleyen gazeteler olduğunu gözlemledik. Yasal olarak hayvanlara eziyet etmenin suç olduğuna değinen haberin başlığı, fotoğrafla şiddetin nasıl işlendiğini anlattı. Sosyal medyayla da hızla yayıldı ve hatırısayılır bir kamuoyu oluştu.

Farklı gazetelerin aynı haber için kullandıkları farklı fotoğraflarla,



okuyucuda nasıl bir gerçeklik yaratma veya pekiştirmek istediğini fotoğrafların görsel kurgusu üzerinden örnekleyeceğim.

Havadis gazetesinde gördüğümüz resme bakarak, direksiyondaki şoförün, koyu renkli salon bir arabayla, kahverengi bir köpeği, boynundan bağlı olduğu ipe sürüklediğini görmekteyiz. Arabanın çalışır halde olduğunu, gün içinde arka farları veya fren lambalarının açık olmasından varsayıyoruz. Plakası karartılmış, numarası okunmuyor ama Kuzey Kıbrıs'taki gibi sarı renkte.

Fotoğrafi seçen

gazete/gazeteci/editör/fotoğraf editörü, olayın Kıbrıs'ta geçtiği kurgusunu pekiştirmek için fotoğraftaki bu detayları olay yerinde/anında çekilmiş “gerçek” bir fotoğraf gibi okuyucuya sunmaktadır. Yani suç böyle işlendi ve suçlunun tanımı fotoğrafta görüldüğü gibidir... Kaynak gösterilmemiştir.

Kıbrıs Ada Haber'in kullandığı fotoğrafta ise, salon arabadan daha büyük, belki bir jeep gibi bir araçla, kahverengi orta büyüklükte bir köpek, boyun ve sırtından geçirilen kırmızı renkli tasmaından arabanın arka tamponuna zincirle bağlı bir şekilde sürüklenmektedir. Köpeğin arka ayaklarından kötü şekilde yaralandığını görmekteyiz.

Bu fotoğraf, Çin'in Twitter'i sayılan Sina Weibo sosyal medya sitesinde paylaşılan ve uluslararası medyada da yer bulan haberin fotoğrafıdır.

İki fotoğrafı karşılaştırdığımızda, birinde aracın plakası görülmekte, diğerinde ise plakası gösterilmeyecek şekilde kırılarak/kesilerek yer verilmektedir. Fotoğrafın kurgusundan olayın Kıbrıs'ta olmadığını gösteren hiçbir görsel

kaynak yoktur. Sina Weibo sosyal medya sitesinden alınan fotoğrafta arka planda görülen dükkanın tabelasında Çince yazılar vardır. Kıbrıs Ada Haber'de verilen şekilde tabeladaki yazılar okunamayacak kadar sönüktür.

İki örnekte de kaynak göstermeden veya kaynağı gösteren işaretleri silerek görsellerin kurguyu tamamlaması ve pekiştirmesi amaçlanmıştır. Fotoğrafların temsili olduğu bilgisi okuyucuyla paylaşılmadığından, okuyucular görüntüler karşısında dehşete



kapılmış ve suçlunun izini sürmek için neredeyse kampanyalar başlatılmıştır. Sonradan olay

hakkında açıklama yapılmış, konunun medyada kurgulandığı gibi olmadığı savunulmuştur.

CABACABA

Yenilenebilir Enerji Sistemleri

Enerjimiz enerjiniz olsun..

Enerjiniz CABACABA`dan olsun!

* Uzman Yenilenebilir Enerji Mühendisi * Alman Ürünleri * Uzman Kadro
* Projelendirme Desteği * 30 Yıl Garanti



Tel: 223 52 79 Cep: 0542 852 36 74 - 0533 852 36 74
Göçmenköy / Lefkoşa www.cabacaba-solar.com
nafi@cabacaba-solar.com



Yrd. Doç. Dr. Metin ERSOY
metin.ersoy@emu.edu.tr

Kıbrıs Türk medyasındaki habercilik anlayışına genel bir bakış

Genelde medya araçları özelde ise gazeteciler hayatımıza önemli bilgi akışı sağlayanlardır. Çevremizde yaşananları gazetecilerin yazdıkları haberlerden öğrenebiliyoruz. Haberler, her zaman zannedildiği kadar saf ve masum bir şekilde sunulmuyor. Haberlerin kurgusal metinler olduğunu ve yaşanmış bir hadisenin başkasının gözünden bizlere aktarıldığı unutulmamalıdır. En samimi arkadaşımızın size bir konuyu anlatırken seçtiği sözcükler ve kullandığı ifadeler nasıl ki sizin o konuyla ilgili algınızı ve düşüncelerinizi etkiliyorsa, gazetecilik mesleğinde için de aynı şeyleri söylemek mümkün görünüyor. Gazeteciler de yazdıkları haberlerde kullandıkları haber çerçevesiyle sizlere bir olayı anlatmaya çalışıyorlar. Haber çerçevesi basit, kolay anlaşılır ve sade olanlar okuyucunun konuyu daha hızlı kavraması ve algılamasını sağlıyor.

Bu yazıda Kıbrıs Türk medyasının hedef kitleye yansıyan yüzünü değerlendirmek istiyorum. Yazının kapsamı geniş olacağından, değerlendirmelerimi Kıbrıs Türk medyasının habercilik alanıyla sınırlandırdım. “Medyanın görsel yüzü” temalı bu sayıda, yazımı dört bölüme ayırmakla işe başladım. Birinci bölümde medyanın görsel yüzü olan televizyonlar, ikinci bölümde medyanın sözlü tarafı olan radyolar, üçüncü bölümde medyanın yazılı yüzü olan gazeteler ve dördüncü bölümde medyanın interaktif özelliğini yansıtan

online/internet medyası bulunuyor.

Televizyonlar

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) genel olarak medyanın, özel olarak ise televizyonculuğun ciddi ekonomik sıkıntılar yaşadığını söyleyebiliriz. Mevcut sahiplik yapısına göre; televizyonları özel, devlet ve eğitim kanalları olarak üçe ayırabiliriz. Bayrak Radyo Televizyon Kurumu'nu (BRT1, BRT2) devlet kategorisine koyduktan sonra geriye kalan on beş televizyon kanalı özele giriyor: Ada TV, Akdeniz TV, AS TV, Genç TV, Kanal T, Kıbrıs TV, SİM TV, Diyalog TV, Star Shopping TV, Sufi TV, Londra Türk Televizyonu, T-PopTV, CBC TV, Genç Türkü TV, Şipşak TV. Ayrıca dört adet de eğitim kanalımız bulunuyor: DAÜ TV, GAÜ TV, LAÜ TV, YDÜ TV.

Yayın Yüksek Kurulu rakamlarına göre, KKTC toplamda 21 televizyon kanalı faaliyet gösteriyor. Söz konusu kanallarda kalifiye çalışan eksikliği bir yana, yayımlanan programlardaki içeriğin yetersiz olması haliyle izlenme oranlarını düşürüyor. Televizyonları ayakta tutan şeylerin başında; “haberler”, “tartışma” ve “gazete okunan sabah programları” geliyor. Ancak bunların dışında KKTC televizyonlarında izlenebilecek eğitici, kültürel ve eğlendirici

kaliteli program sayısı az görünüyor. Televizyonlardaki ekonomik sıkıntıyı giderebilirsek, daha fazla iletişim fakültesi mezunu ve işin eğitimini almış insan buralarda iş bulabilecek. Bu da aslında bahsetmiş olduğum kalitesiz yayımlara bir çare olabilecek.



Televizyonlara reklam desteği verilmeli

Televizyonlardaki ekonomiyi düzeltmek için birinci olarak önerebileceğimiz şey; her haneden yıllık cüzi bir miktar televizyon vergisinin elektrik faturasına eklenmesi olabilir. Böylece fonda birikecek paralar özel ve kamu yayıncılığı yapan televizyonlara

belirli kıstaslar ışığında paylaştırılabilir. Örneğin; çalıştırdığı insan sayısına göre, program çeşitliliğine göre ve etik değerlerin ihlal edilip edilmediğine bakarak kıstaslar oluşturulabilir. Bir diğer öneri ise birlikte çalışma fırsatı bulduğum Dış Basın Birliği Eski Başkanı Fevzi Tanpınar'dan gelmişti. Tanpınar, KKTC'ye ithal ürün pazarlayan şirketlerin iç pazara yönelik televizyon kanallarına reklam vermesini önermişti. Buna ilaveten benim önerim; sözgelimi bir içecek firması ithal ettiği ürünlerin toplam bedeli üzerinden bir yüzdelik belirlenerek, KKTC televizyonlarına reklam vermesi olacak. Bu reklamlar da kurumun ödeyeceği vergiden düşülebilir. Böylece televizyon sektörüne katkı yapılmış olur. Bazı ülkelerde benzer uygulamalar yapılıyor.

Radyolar

Sosyal ağların yaygın bir şekilde bireyler tarafından kullanılmaya başlamasından sonra geleneksel medyanın gücünü kaybettiğini birçok platformda işitmişizdir. Radyo, son yıllarda geleneksel medya araçları arasında en fazla güç kaybedeni olarak gösterilebilir. Televizyonun yaşamımıza girmesiyle belirli oranda bir kitle radyo yerine soğuk ekranı tercih etmişti. O zamanlardan radyonun yok olacağı tartışılmaya başlanmıştı. Tabii internetin evlerimize ve cep telefonlarımıza girmesiyle birlikte radyoya olan ilginin azalması bekleniyordu. Belki öyle de oldu. Ama bu noktada dikkat etmemiz gereken, radyonun halen daha otomobillerde vazgeçilmez olduğudur. Ulaşımın şahsi otomobillerle yapıldığı KKTC'de radyonun vatandaşlarda ayrı bir yeri bulunmaktadır.

Rakamlar çok yüksek

Yayın Yüksek Kurulu'nun resmi internet sitesindeki rakamlar gösteriyor ki, KKTC'de özel sahiplik yapısına göre faaliyet gösteren 27 radyo kanalı

bulunuyor: "Açık Radyo, Ada FM, Akdeniz FM, AS FM, First FM, InterFirst FM, Cool FM, Capitalcity Radio, Capital Türk, Dance FM, Dream Live FM, Radio Play FM, İskele Disc FM, Radyo T, Kıbrıs FM, Radyo Juke, Retro Radio, Posta FM, Radyo Mayıs, Radyo Güven, Radyo Plus, Radyo Vatan, Radyo Vatan Türkü, Vatan Nihavent, Sim FM, Havadis FM, Diyalog Radyo." "Bayrak Radyosu, Bayrak International, Bayrak FM, Bayrak Klasik, Radyo 5" radyo kanalları ise devlet kategorisinde gösterebileceğimiz kanallar arasında. KKTC'de eğitim alanında faaliyet gösteren ve kapsama alanları buna göre sınırlandırılmış 6 radyo kanalı bulunuyor: "DAÜ FM, GAÜ FM, LAÜ FM, Radyo ODTÜ, UKÜ FM, YDÜ FM." Toplam 38 radyo kanalının bulunduğu KKTC'de rakamlar nüfusa göre hayli yüksek görünüyor. Durum böyle olunca da zaten küçük olan reklam pastası bir o kadar daha parçaya bölünüyor ve kimseye yetmeyen bir duruma yol açıyor.

Halen daha tercih ediliyor

İnternet ile birlikte radyolar da daha geniş kitlelere yayımlarını ulaştırmak adına söz konusu platformlara taşındı. Ayrıca elimizden düşürmediğimiz mobil telefonlar ile birlikte radyoya kolayca ulaşabiliyoruz. Dolayısıyla KKTC'de klasik ve geleneksel anlamda radyoculuk devam ediyor ama beklendiği gibi yeni medya düzeninin radyoları bitirmesi mümkün olmadı. Zira teknoloji radyolara gerekli desteği verdi. Burada altını çizmeye çalıştığım nokta; radyonun halen daha medya araçları arasında tercih edilen, dinlenen ve kamuoyu oluşturan bir özelliğinin devam etmesidir. Ayrıca Kıbrıslı Türklerin siyasi ve

basın tarihinde de radyonun önemli bir mücadele ve kamuoyu oluşturma aracı olarak kullanıldığını biliyoruz. Bayrak radyosu buna verilebilecek en ciddi örnek olabilir.

Gazeteler

Ekim 2014 itibarı ile KKTC'de Türkçe dilinde 15 günlük gazete yayımlanmaktadır: Afrika, Diyalog, Güneş, Demokrat Bakış, Detay, Halkın Sesi, Havadis, Kıbrıs, Kuzey Kıbrıs Postası, Haberal Kıbrıslı, Ortam, Star Kıbrıs, Vatan, Yeni Volkan, Yenidüzen. Radyo ve televizyon rakamlarında olduğu gibi KKTC'de gazete sayısı da birçok ülkeye kıyasla yüksek görünüyor. Bu rakamları demokratik çok seslilik de görmek mümkünken, söyleyecek sözü olanın ve gazeteyi diğer işletmeleri için bir kalkan olarak kullanmak isteyen güç odaklarının da gazete çıkardığını da iddia etmek doğru olacaktır. Televizyon ve radyoları grupladığımız gibi benzer bir gruplamayı gazetelerin sahiplik yapısına göre yapmak mümkün görünüyor.

Kıbrıs Türk basını Kıbrıslı



Türklerin haklarını korumakta oynadığı rolden dolayı “mücadele basını” olarak niteleyenler bulunuyor. Bu gelenekten gelen bir gazetecilik kültürüne sahip olan Kıbrıs Türk gazeteleri, benzer özelliklerini devam ettiriyor. Basında özel ve ticari kaygılarla faaliyet gösteren gazeteler bulunuyor. Ayrıca “parti gazeteciliği” dediğimiz; siyasi partilerin kamuoyu oluşturmak ve siyasi görüşlerini yaymak için çıkardıkları gazeteleri görmek mümkün. Kıbrıs Türk basınının karakteristik özelliği temel olarak bu iki geleneğe dayanmaktadır.

Bulvar gazeteciliği

Kıbrıs Türk basınına baktığımızda sansasyon, skandal, adliye, polisiye, cinayet, tecavüz, intihar gibi insanların ilgisini kolayca çekebilecek haberlerin gazete sayfalarını doldurduğunu görmekteyiz. Üzülerek söylemeliyim ki; günümüzde gazetelerde yaşanan birçok etik sorunun temeli de yine Pulitzer’in yıllar önce büyük önem verdiği bulvar gazeteciliği anlayışından kaynaklanmaktadır. Bu anlayışa göre, haberi daha fazla okutmak ve gazetenin tirajını artırmak için etik olmayan uygulamalar da yapılabiliyor. Örnek vermek gerekirse; haberin dili daha sert, cinsiyetçi ve ırkçı olabiliyor. İngiltere’de “The Sun” gazetesi bulvar gazeteciliğinin en belirgin örnekleri arasında gösteriliyor. Satışını artırmak için her türlü yöntem denenmektedir.

Ticari kaygı güdülüyor

Bulvar tipi gazetecilik anlayışı diğer

gazete formatlarına göre daha az ciddi bulunuyor. Bunun sebeplerine bakıldığında; haberin kalite anlamında detaylandırılmaması, bol ve şişirme fotoğraflar kullanması, abartılı ifadeler ile manşetler atılması, haber dili ve etik ilkelerin hiçe sayılması gibi saymakla bitiremeyeceğimiz daha birçok neden bulunuyor. Gazetecilik tarihi incelendiğinde gazeteci Joseph Pulitzer içinde bulunduğu teknolojik altyapı ve ekonomik şartlar değerlendirildiğinde, o döneme göre önemli bir başarıya imza atmıştır. Pulitzer’in gazetelerin toplumun geneline ulaşmadığı ve halkın

basına güvenin de alt seviyelere indiğini söylemeliyiz.

“Akdeniz gazeteciliği”

Kıbrıs Türk basınında genel geçer olarak uygulanan gazeteciliği anlayabilmek ve değerlendirmek yapabilmek için Daniel C. Hallin ve Paolo Mancini’nin 2004 yılındaki çalışmasına göz atmalıyız. Hallin ve Mancini Akdeniz bölgesinde yapılan gazetecilik için “Akdeniz Modeli” diye bir kavram ortaya koydu. “Medya Sistemlerinin Karşılaştırılması” (Comparing Media Systems) ismini verdikleri kitap, Akdeniz’e kıyaslı olan; Fransa,

İtalya, Portekiz, İspanya ve Yunanistan gibi, ülkelerdeki gazeteciliğe ışık tutuyor. Akdeniz bölgesindeki ülkelerin medyasının en temel özelliğinin; gazetelerin ve gazetecilerin çok fazla siyasallaşması olarak gösteriliyor.

Düşük tirajlar

Akdeniz Modeli’ni benimseyen ülkelerin medya sistemlerinde gazeteler yüksek tirajlara ulaşmıyor. Ayrıca gazeteler siyasal elit odaklı bir yayın anlayışı benimsiyor. Siyasal elitten şunu anlayabiliriz; gazetecilerin gündemini toplum

içindeki elitler belirliyor ve verdikleri demeçlerle gazetecilerin siyasal kamuoyu oluşturmasına katkı sağlıyorlar. Benzer bir durumun Kıbrıs Türk medyasında da olduğunu ifade etmeliyiz. Neredeyse siyasi parti temsilcileri gün içinde demeç vermeseler, gazeteler haber yapacak konu bulamayacak.

Yoruma dayalı habercilik

Söz konusu modelde dikkat çeken bir diğer nokta ise; medyanın



ilgisini çekmediği bir dönemde modern gazetecilik anlayışını geliştirmesi takdir edilmesi gereken bir durum. Ancak eleştirilebilecek yerleri de yok değil. Pulitzer halkın ilgisini çekebilecek konuları gazetesine taşıırken sadece ticari bir kaygı gütmemiş olsa, belki de bugün mesleğe olan güven de farklı seviyelerde olurdu. Bulvar tipi gazetecilik anlayışı her ne kadar da halkın ilgisini çeken haberlere imza atmış olsa da, güdümlü, menfaatçi ve tiraj odaklı yayınlar yüzünden

yüksek oranda politikayla paralel hareket etmesi gösteriliyor. Bir başka ifadeyle, gazeteciler “protokol gazeteciliği” yaparak, kendilerine daha pasif bir rol biçiyor. Daha çok yoruma dayalı bir habercilik benimseniyor. Haliyle de medyadaki profesyonellik zayıf bir seviyede seyrediyor. Burada kurumsallaşmadan uzak bir yapıdan bahsediyoruz. Ayrıca Hallin ve Mancini'ye göre; Akdeniz Modeli gazeteciliğinde hükümetlerin ciddi bir müdahalesi bulunuyor. Siyasetle bu kadar yakın temas ve işbirliği içerisinde olan bir medya sisteminde de bu bekleniyor. Gazetelerin neyi yazacağı ve nasıl yayın yapacağını hükümetlerin konuyla ilgili duruşu belirliyor.

Basına güven sorunu

Göç, Kimlik ve Hak Çalışmaları Merkezi'nin Ekim 2011'de 500 kişiyle yaptığı anket sonuçlarına göre, Kıbrıslı Türklerin medya ve siyasi partilerle ilgili güven sorunu yaşadığı ortaya çıktı. Buna karşın en çok güvenilen kurum olarak da ordu ilk sırayı alıyor. Kıbrıs'ta yıllardır basına karşı yaşanan güven sorunun temelinde birkaç nedeni bulunuyor. Halkın Kıbrıs Türk basınına güveninin az olmasının nedenlerinin başında yukarıda anlatılanlar ışında; (i) basının siyasilerle olan yakın temasları gelmektedir. İkinci neden ise; (ii) gazetelerde uygulanan haber değerleri ve habercilik anlayışı olarak gösterilebilir. Az güvenin üçüncü nedeni; (iii) gazetecilerin “postacı” rolünü benimseyerek, aktif gazetecilik yerine pasif gazetecilik anlayışını tercih etmeleri olduğunu söyleyebiliriz.

Protokol haberciliği

Türk Ajansı Kıbrıs'tan haberleri alıp gazetelere koyarak “pasif” bir rolü benimseyen gazetecilik, toplumu bir yerlere götürmeyecektir. Protokol haberciliği yeterince yapıyor. En azından özel televizyon ve gazeteler protokol haberciliği yerine, araştırmacı ve sorgulayıcı bir gazetecilik anlayışı geliştirebilir. Böylece halk da medyanın denetleme görevini yerine getirdiğini düşünerek, medyaya daha fazla destek verebilir.

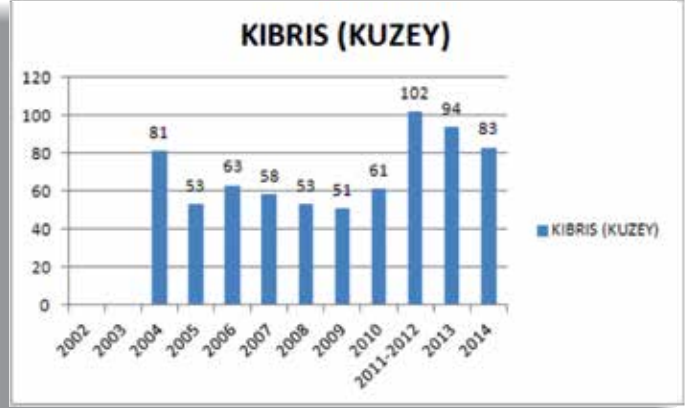
Basın siyasetin içinde

Basına olan güvensizliğin başında gazetecilerin gazetelerin yayın hayatlarına başladıkları gündən beri siyasilerle olan yakın temasları olduğunu iddia etmek yanlış olmaz.

Gazeteciler eğer Kıbrıs gibi küçük bir adada mesleklerini icra ediyorsa, haber sıkıntısı yaşamaları doğaldır. Adada yıllardır devam eden “Kıbrıs Problem” habercilerin birincil ve en önemli haber konusu olduğunu belirtmeliyim. Kıbrıs problemiyle ilgili en çok demeç ve mülakat yine siyasilerden geliyor. Gazetecilerin haber kaynağı olarak elit kesimleri yani siyasetçileri, iş insanlarını, zengin kesimden kişileri ve ünlüleri seçtiklerini ve haberlerde sıkça yer verdikleri araştırmalarla kanıtlandı. Böylece, basınının halk için kamu yayıncılığı yaparak; siyasilerin icraatlarını denetleyen, sorgulayan ve eleştiren bir yaklaşımdan giderek uzaklaştığı belirtilmelidir. Siyasilerle olan mesafelerin korunamadığı bir gazetecilik ortamında siyasilerin haberlere istedikleri amaç doğrultusunda yön vermesi de kaçınılmaz oluyor.

Elit odaklı habercilik

Toplum tarafından basına olan güven azlığının ikinci nedeni gazetelerde uygulanan haber değerleri ve habercilik anlayışı olduğunu gösterebiliriz. Basın emekçileri haberlere ihtiyaç duyarlar. En hızlı ve kolay ulaşılan kaynak gazeteciler tarafından en çok tercih edilen haber kaynaklarıdır. Basına en fazla açıklama elit kesim tarafından sağlandığından ayrıca elit kesimin haber değeri bakımından daha önemli bulunduğundan gazeteciler bu tür kaynakları sıkça kullanırlar. Elit kaynaklar da vermek istedikleri



Tablo 1: Kıbrıs Türk medyasının kayda değer sorunları bulunuyor.

mesajı basın üzerinden verdiği karşılıklı yazılı olmayan bir işbirliğinden söz edebiliriz. Bağımlılık düzeyinde olan bu işbirliğinden her iki tarafında da kazançlı çıktığı iddia edilebilir. Gazeteci sayfasını doldurmak ve gündem yaratmak için elit kesimden gelecek açıklamaları beklerken, elit kesim de kamuoyunu etkilemek ve yönlendirmek için basına kullanarak amacına ulaşıyor. Oysa elit kesiminin yanı sıra halkın sorunlarına da yer vermek benimsenebilecek haber değerleri arasındadır. Haberlerin masa başında beklenerek oluşturulamayacağını herkes biliyor. Ancak masa başından kalkıp biraz araştırmak, biraz halka mikrofon uzatmak maalesef birçok gazeteciye zor geliyor. Bunun yerine daha kolay ve hızlı ulaştıkları elit odaklı kaynakları tercih ediyorlar.

Gazeteci mi postacı mı?

Basına olan güven azlığının altında yatan bir başka neden de; gazetecilerin “postacı” rolünü benimsemesidir. Aktif gazetecilik yerine pasif gazetecilik anlayışını tercih eden basın mensupları kendi güçlerinin ya farkında değildirler ya da bunu kullanmak istemezler. Postacı rolünden kastedilen; gazetecinin izlediği bir olayı “tarafsızlık” ve “objektiflik” kriterleri arkasına saklanarak hedef kitleye ulaştırması olarak görebiliriz. Aynen posta memuru gibi bir mesajı birisinden alıp bir başka kişiye ulaştırması olarak da açıklanabilir. Bu şekilde bir gazetecilik anlayışı benimsemek

“tarafsız” ve “objektif” olunmuyor, aksine pasif ve gücünü kullanamayan bir gazeteci olduğunu belirtmeliyim. Gazetecilere basın doğuşundan itibaren biçilen görev “aktif” ve “muhalif” bir roldür. Gazeteci mesleğin ilk gününden itibaren kamu adına yapılan yanlışlıkları gün yüzüne çıkararak, kamuoyunu bilgilendirmesi göreviyle kuşatılmıştı. Oysa elit kesimle temaslarını iyi ayarlayamayan gazeteciler, giderek pasifleştirilerek siyasilerin aracı haline gelmeye başladığını görüyoruz. Gazetecilerle siyasi erk arasındaki bu yakın temas, gazetecinin postacı rolünü oynamasına ve siyasilerin yaptığı yanlışlıklara gözlerini kapamasında yol açıyor ki bu toplum için ciddi tehlike oluşturuyor.

Medya Etik Kurulu

KKTC basınında yaşanan etik sorunları ortaya çıkarmak, tartıştırmak ve doğruyu aramak adına oluşturulan Medya Etik Kurulu önemli bir eksikliği doldurmayı hedefliyor. Basındaki eksikliği gören ve etik konularda yaşanan yanlışlıklar sonrası harekete geçen sivil toplum örgütlerini kutlamalıyız. Ortada ciddi bir yaptırım eksikliği bulunuyor. Zira Kıbrıs Türk medyasının yaptırım kanadı eksik görünüyordu. Ülkede Yayın Yüksek Kurulu ile hukuksal yaptırımların var olduğunu söylemeliyiz. Yayın Yüksek Kurulu yasal bir statüde olmamış olsaydı, televizyon ve radyolarda etik sorunlar daha fazla olacaktı.

Kıbrıs Türk basının içinde bulunduğu durumu anlayabilmek adına Sınır Tanımayan Gazeteciler örgütünün her yıl gerçekleştirdiği araştırma sonuçları incelenebilir. Elbette bu sonuçlar resmin tümünü bizlere vermeyecektir ancak ufak bir parçasına ışık tutabilmektedir. Kıbrıs Türk medyası söz konusu araştırmalara 2004 yılında dâhil oldu. Kıbrıs Türk medyasının 10 yıllık ölçümler sonrası ortalamasının 70 olduğu görülüyor. Bu rakam da Kıbrıs Türk medyasında “kayda değer

sorunların” olduğu şeklinde yorumlanıyor. Kıbrıs Türk basınının 2014 yılında 11 sıra yükselmesi temel olarak 2013 yılında oluşturulan Medya Etik Kurulu'na ve yeni gazetelerin özgürce yayımlanmasına bağlanabilir.

Kayda değer sorunları

Kıbrıs Türk medyası da Kıbrıs Rum medyasına benzer bir şekilde, ilk kez araştırıldığı 2004 yılında listeye 81. sıradan giriyor. Annan Planı döneminde Kuzey'de medyaya pozitif anlamda bir müdahale bulunuyordu. Sonuçta hükümetler tarafından medyaya yapılan müdahalenin her türlü problemi olduğuna göre Kıbrıs Türk medyasının listedeki yeri ortalarda oluyor. Kıbrıs Türk medyasının 10 yıllık ölçümler sonrası ortalamasının 70 olduğu görülüyor. Bu rakam da Kıbrıs Türk medyasında “kayda değer sorunların” olduğu şeklinde yorumlanıyor.

Neden bu noktadayız?

Buradan hareketle vatandaşların önemli bir kısmının medyaya neden güvenmediği sorgulanmalı. Bir başka deyişle, medya bu anketteki sonuçları göz önünde tutarak vatandaşların kendisine neden güvenmediği noktasında öz eleştiri yapmalı. “Medya olarak neyi yanlış yapıyoruz ki vatandaşlarda güven duygusunu oluşturamıyoruz?” sorusuna basın emekçileri tarafından ciddi şekilde yanıt aranmalı. Bu güvensizlik sosyal medyanın yaşamımıza girmesiyle başlamadı. Sosyal medyanın olmadığı zamanda da medyaya karşı söz konusu güvensizlik vardı. Dolayısıyla sosyal medya ancak bu güven kaybını hızlandırmış ve bazı şeylerin daha iyi algılanmasına yol açmış olabilir.

Cinsiyetçilikten uzak bir medya

Vatandaşların artık kendisi için mücadele eden, haklarını savunan, cinsiyetçi ayırım yapmayan, erkeksi, milliyetçi, ötekileştirici ve ırkçı söylemlerden uzak bir medyaya ihtiyacı bulunuyor. Siyasetçiler ile basın mensuplarının yakın temasta

olması da medyaya bir güven kaybı yaşıyor. Bireyler artık gazetecilik mesleğinin belirli zümrelere çıkar sağlamak için yapılan bir meslek olmamasını istiyor. Bu araştırmadan çıkarmamız gereken dersler var. Genç nesil geleneksel basını takip etmekte istekli davranmıyor. Kıbrıs Türk medyasının etik konularda; tecavüz, taciz, cinayet, trafik kazaları, mülteciler, insan hakları ve insana yönelik şiddet konularında yapılan hataları da eklediğimizde, sanırım güvensizliğin nedenlerine ışık tutmuş oluruz. Bir düşünün, bir gün önce basın tarafından boydan bir fotoğraf ile bize “suçlu” diye (fail/zanlı bile değil!) sunulan bir kişi, bir gün sonra suçsuz diye serbest kalabiliyor. Buna bir de menfaat için yapılan yayımcılık eklendiğinde, haliyle medyaya güven sorunu artarak devam edecektir.

Basın mağdur yaratıyor

Gazetecilerin özellikle toplumsal olaylarda tarafsız veya en azından dengeli habercilik yapmasını bekliyoruz. Ancak son yıllarda KKTC'nde yaşanan bazı adli vakalarda, basının bırakın tarafsız kalmadığını, yargı durumundaki bir olayla ilgili ciddi iddialarda bulunduğu, suçu kanıtlanmamış kişileri suçlu ilan ettiğini görüyoruz. Dünyada birçok ülkede devam eden davalarla ilgili haber yapmak, davaya müdahale sayılıyor. Örneğin, jüri sisteminde karar veren bir hukuk sisteminde, bu tür yarıların jüri üyelerini etkilediği düşünülüyor. Bu tür ülkelerde gazeteciler olayla ilgili haber yapacaklar ise, konuyu tanımlayan ve olayın ne olduğunu betimleyici anlatan bir haber üslubu benimserler. Kıbrıs Türk basınında yaşananlara baktığımız zaman ise, tecavüz, cinayet, uyuşturucu, hırsızlık gibi adli vakalarda gazeteciler pek de sorumlu gazetecilik örneği göster(e)miyor.

Örnek olay 1: Tecavüz ve soygun olayı

Geçtiğimiz yıllarda basının araştırmaya devam eden adli bir vakada, haberi hızlı ve ilk vermek



adına ciddi hatalar yaptığına şahit olduk. 2012'nin Nisan ayında Girne'de bir kadına yönelik yaşanan tecavüz ve soygun olayı gazetelere haber oldu. Konuyla ilgili bilgi gazetecilere ulaşır ulaşmaz, gazeteciler haberlerini hazırlayarak servis ettiler. KKTC Polisi olaydan kısa bir süre sonra söz konusu olaya karıştığını düşündükleri iki şüpheli erkeği gözaltına aldı. Gözaltına alınan şüphelilerin isimleri ve fotoğrafları olaydan bir sonraki gün bazı gazetelerde yayınlandı. Polis tarafından zanlı olarak gözaltına alınan iki erkek, bir anda basın da yardımı ile olayın baş mimarı ilan edildi. Bu noktada Kıbrıs Türk basınında bazı gazetelerin sorumlu gazetecilik örneği gösterdiğini vurgulamalıyız. Özellikle Havadis gazetesi haber merkezi, konuyla ilgili ciddi, araştırmacı ve sorumlu gazetecilik örneği göstererek farklı kaynaklardan bilgilere ulaştılar. Havadis muhabirinin ulaştığı bu

kaynak, zanlı olarak gözaltına alınan iki kişinin olay ile ilgilerinin olmadığını söyledi. Böylece Havadis gazetesi, zanlıların isimlerini ve fotoğraflarını haberde kullanmadı. Üzülerek söylemeliyiz ki, bazı gazeteler bu kadar hassas davranmayarak, zanlıların fotoğraflarını boy boy yayınladı. Bununla da kalmayarak, "şüpheli" kişiler ile ilgili suçlayıcı ve hakaret içeren manşetler atıldı.

Örnek olay 2: "Toplumsal hassasiyet"

Kıbrıs Türk basınının son yıllarda mağdur ettiği kişilere bir örnek daha verebiliriz. Uyuşturucu konusundaki bu örnek; Gazimağusa Serbest Liman Bölgesi'nde yaşandı. Haberi okumayanlar için kısaca hatırlatırsak; söz konusu limanda polis ekipleri tarafından ele geçirilen kolilerin içerisinde uyuşturucu madde olduğu tespit edildi. Koliler arasında yer alan bir

kolinin üzerinde özel bir şirketin müdürünün adı yazdığı için polis şüpheli olarak bu kişiyi tutukladı. Basının yaptığı yanlışlık tam da bu noktada başlıyor. Haberin genel çerçevesi "toplumsal hassasiyet" üzerine kuruluyor. Böylece toplumu zehirleyecek olanlara karşı basın ne yazar ne çizer ise haklı görülüyor. Gazimağusa'da yaşanan söz konusu uyuşturucu olayında Kıbrıs gazetesi: "Binlerce kişi zehirlenecekti" (15 Haziran 2012) manşetiyle bu haberi ön sayfadan verirken, Haberdar: "Uluslararası soruşturma" (15 Haziran 2012), Afrika: "24 kg. uyuşturucu" manşetleri atıldı. Bir sonraki gün ise Kıbrıs Volkan: "CTP'de mali sayman" (16 Haziran 2012) ifadesini manşetine taşıdı.

Suçsuz bulunarak serbest bırakıldı Olayın gazetelere haber olmasından sadece birkaç gün sonra Havadis Gazetesi'nden Nadire Kraşlıoğlu

imzalı bir haber söz konusu kişinin isminin yazılı olduğu koliden uyuşturucu değil, tavuk sosu çıktığını duyurdu.

"Uyuşturucu değil kentucky tozu çıktı" manşetiyle okuyucuya sunulan haberde Gazimağusa Kaza Mahkemesi tarafları dinledikten sonra zanlının 7 gün daha tutuklu kalması yönünde emir verdi. Bu haberden bir hafta sonra ise mahkemeye çıkarılan zanlı, mahkeme tarafından suçsuz bulunarak serbest bırakıldı.

İnternet

Dünya genelinde birçok kişinin yeni medya düzeni üzerinden, gündemi takip ettiğini ve bilgiye ulaştığını biliyoruz. Değişen sosyal ve ekonomik yapıdan dolayı, medyanın da yapısı farklılaşıyor. Değişen bu medya düzeninde ise en fazla dikkat çeken nokta; hız, etkileşimli iletişim ve dijitalleşme oluyor. Tüm bunları bir araya getirdiğinizde "yeni/online medya düzeni" dediğimiz ve halk arasında sosyal ağlar veya sosyal medya olarak da bilinen bir konudan bahsetmiş oluyoruz. Ne gariptir ki, yeni medya düzenini elinizde tuttuğunuz geleneksel bir dergi üzerinden tartışıyoruz. Bu da aslında KKTC'de medya konusunda bir geçiş dönemi yaşandığını bizlere gösteriyor. Bir başka deyişle, bireyler hem geleneksel medya olarak tanımladığımız gazeteyi, televizyonu ve radyoyu takip ediyor, hem de yeni medya düzeni dediğimiz online haber sitelerini, forumları ve sosyal ağları. Bu yazıda yeni medya düzeni ile geleneksel medya arasındaki farkları ortaya koymak ve genel bir çerçeve çizmek istiyorum. Amacım "kimin daha iyi veya güçlü" olduğunu bulmak değil. Aksine üzerinde düşünmemiz gereken bir takım konuları dikkatinize getirmek istiyorum.



Mevcut yayınlar dijitalleşti

Medya Etik Kurulu'nun 1 Ekim 2014 tarihinde basına gönderdiği açıklamada belirtildiğine göre, KKTC'de faaliyet gösteren haber sitesi sayısının 34'e ulaştığı ve basılı gazetelerin internet sayfalarıyla birlikte toplam sayının 48 olduğunu öğrendik. Bu rakamlar daha fazla da olabilir. Kıbrıs Türk medyasının yeni medya düzeni ile ilgili yaklaşımına baktığımız zaman ciddi bir gayretin var olduğunu söyleyebiliriz. Önce gazeteler, televizyonlar ve radyolar kendi İnternet sitelerini oluşturdular ve bu yeni düzene ayak uydurdular. Sonrasında ise radyo ve televizyonlar yine kendi siteleri üzerinden canlı yayınlar yapmaya başladılar. Böylece değişen teknolojik yapıyla birlikte daha fazla mobilize oldular ve daha çok kişiye ulaşabildiler. Bu gelişmelere daha sonra online haber portalları da eklendi. Birey bu haber sitelerinde radyoyu da, televizyonu da, haberi de kolayca buluyor. Anlaşılabileceği gibi yukarıda bahsettiğim medya tarihi sürecinde, medya sadece bir format değişikliği ile mevcut yayınlarını dijitalleştirerek, İnternet ortamına aktardı. Yani görüntü olarak yeni medya düzenine veya dijitalleşmeye

ayak uydurmuş olabilir; ancak içerik olarak aynı şeyleri söylemek mümkün görünmüyor.

Online habercilik anlayışı

İçerik konusunda şu örnek ile devam edebiliriz. KKTC'de geleneksel basında yer alan gazetelerin neredeyse tümü kendi İnternet sayfasına sahip. Buradan hareket ile yeni medya düzenine uyum sağladıklarını iddia edebilirsiniz. İçeriklere bakıldığında zaman, haberlerin geleneksel basındaki ile aynı olduklarını fark edebilirsiniz. Elbette, ekonomik ve kalifiye personel sıkıntılarını göz ardı etmiyorum; ancak geleneksel bir gazete için hazırlanmış haber, online gazetenin formatına uygun değildir. Bunun online habercilik anlayışı ile tekrardan düzenlenmesi gerekiyor. Söz konusu gazetelerin İnternet versiyonlarında göze çarpan en temel problem bu olsa gerek.

Ajans mı, online habercilik mi?

Diğer yandan yeni medya düzeninin göz bebeği olan ve geleneksel versiyonları olmayan haber siteleri dünyada olduğu gibi KKTC'de de yaygınlaştı. Bu siteler yaygınlaşırken temel haber kaynağı olarak Türk Ajansı Kıbrıs'ı (TAK) kullanıyorlar. TAK, 1973 yılında ajans haberciliği anlayışı ile

kurulmuş ve hizmetlerine devam eden devlet ajansıdır. Bu ajanstan gelen haberlerin formatı online habercilik anlayışıyla zıt bir yapıya sahiptir. Online habercilik anlayışındaki; haberin kısa olması, bol fotoğraflı servis edilmesi, linkler verilmesi gibi birçok özellik KKTC'deki haber sitelerinin birçoğunda bulunmuyor. Yeni yeni bazı online haber siteleri kendi imkanları ile TAK'tan gelen haberleri online haber formatına dönüştürüyorlar.

Başı boş dolaşan bilgiler

Kıbrıs Türk toplumunda değişen medya yapısıyla ilgili Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği'nin düzenlediği 2013 yılında düzenlediği panele katılan birçok gazeteci sosyal medyayı kendilerine rakip görmediğini dile getirdi. Bunun temel sebebine baktığımız zaman ise; ortaya bir kalite sorunu çıktığını söyleyebiliriz. Sosyal ağlarda o kadar kirli, filtresiz, kontrol edilmemiş ve başı boş dolaşan bilgi bulunuyor ki gazeteciler bu ortamın kendilerine şimdilik rakip olamayacağını düşünüyor. Bu görüşlerinde haksız da sayılmazlar. Zira işleri haber olan ve basılı versiyonları bulunmayan online haber siteleri bile, haberlerinin çoğunu bir geleneksel medya platformu olan Türk Ajansı Kıbrıs'tan (TAK) alıyor. TAK'ın haber havuzuna attığı haberlerin harfi harfine online sitelerde anında yayımlandığını biliyoruz. Dolayısıyla online siteler bu şekilde kendi haberlerini üretmeyerek, sadece bir aracı veya postacı görevini görüyor.

Gazetecilik sektörünün "düşmanı"

Teknoloji yukarıda saydığımız kolaylıkları gazetecilik ve matbaacılık alanlarıyla buluşturursun, bunun yanında bir takım olumsuzluklar da olmuyor değil. Genelde medya özelde ise gazetecilik konularında sohbet programlarına katıldığımızda; konuştuğumuz

konuların başında gazeteciliğin ekonomik sorunları geliyor. Daha sonra ise; İnternet (online) gazeteciliğinin, geleneksel (basılı) gazeteciliğe yaptığı olumlu ve olumsuz etkileri tartışıyoruz. Gerçekte asıl tartıştığımız konu, teknolojinin hayatımıza bu kadar fazla girmesiyle etkilenen gazetecilik sektörü oluyor. Üniversitede yıllardır online gazetecilik dersi veren birisi olarak, bazen katıldığım programlarda, şakayla karışık gazetecilik sektörünün "düşmanı" olarak da görülebiliyorum. Zira geleneksel basın, online gazeteciliğin gazete tirajlarında önemli bir etki yaptığını düşünüyor. Böylece bu alana yetiştirdiğimiz bireyler, bir anlamda sektörden pay almaya başlıyor.

Gazetecilik bitmeyecek!

Aslına bakılır ise, tüm dünyayı etkisi altına alan İnternet gazeteciliğinin, geleneksel gazetelerin tirajlarını düşürdüğünü söyleyen ilk kişi ben değilim. Veya ileride birçok gazetenin bu teknolojik çağa uyum sağlamaması durumunda kapanacağını dile getiren kişi de. Bizler yalnızca üniversitelerde öğrencileri bu çağa adapte edecek eğitimler veriyoruz ve yeri geldiği zaman da sektörü gelişmelerden haberdar ediyoruz. Altını çizdiğimiz noktaların başında ise; beş ve on yıl arasında geleneksel gazetelerin birçoğunun basıl(a)mayacağıdır. Bunu ister ekonomik koşullara, ister insanların gazete okuma alışkanlıklarına, ister online gazetelerin hızlı gelişimine, isterseniz elimizden düşürmediğimiz akıllı telefonlarımıza bağlayın. Nereye bağlarsak bağlayalım, günün sonunda gazetecilik bitmeyecek. Sadece şekil değiştirecek. Bu şekle adapte olacak olan ülkeler ve gazetelerin başarılı olacağını söyleyebiliriz.

Emek sömürüsü yaşıyor

Türkiye'ye ve KKTC'ye

bakıldığında ise online gazetecilik anlamında ciddi gelişmeler yaşanıyor. KKTC'de halen daha online gazeteler basılı gazetelerin kopyası konumunda yer alıyor. Son birkaç yıldır, basılı versiyonu olmayan ancak tüm haber kaynağı basılı gazeteler olan "online haber sitelerine" rastlıyoruz. Kendi haber merkezleri ve muhabirleri olmayan bu siteler, zaman zaman kaynak dahi belirtmeden basılı gazetelerin haberlerini kullanıyorlar. Bu tür durumlara, her ne kadar da etik dışı bir davranış olarak bakılsa da, bu konuda herhangi bir hukuksal yaptırım söz konusu değil. Ortada ciddi bir emek sömürüsü yaşanıyor. Türkiye'de online gazetecilik düşünüldüğünde durum biraz daha iyiye gidiyor. Türkiye'de ekonomik olarak yeterli olan ve haberci kadrosu geniş birçok online site, kendi özel haberlerini yaparak online haberciliği yürüyor. Aynı şeyleri KKTC için söylemek şimdilik zor görünüyor.

İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu

Sosyal iletişim ağlarının gelişmesiyle paralel olarak sosyal medyaya olan bağımlılık ve talep artarken, bu ağlarda faaliyet gösteren internet gazetelerinin de ilkeli habercilik yapması vatandaşlar açısından önem arz ediyor. KKTC'de şimdiye kadar internet ve/veya bilişim suçları üzerinde herhangi bir yasal düzenleme yapılmaması, sorumluluğun sivil toplum örgütlerinin üzerinde kalmasına yol açtı. Dolayısıyla özellikle gazetecilik örgütleri özverili çalışmalarla medyanın etik ilkeleri sahiplenmesi ve uygulaması noktasında ciddi mesai harcıyor. Medya Etik Kurulu yaptığı ilk çalışmada geleneksel medya üzerinden yola çıkarak oluşturduğu "Gazetecilik Meslek İlkeleri" aslında tüm gazetecileri kapsıyor. Kurul son yıllarda internet gazetelerinde yaşanan birtakım etik sorunları fark etmiş olacak ki hazırladıkları "İnternet

Gazeteciliği Deklarasyonu” ile medyayı geleneksel ve yeni medya olarak ikiye bölmüş oldu. Bu zaten tüm dünyada böyle kabul görüyor. Ancak internet gazeteciliğini geleneksel gazetecilikten ayrı düşünmek veya denetlenemez, özgür ve her istediğini yapan bir platform olarak ele almak KKTC'ye özgü bir düşünce biçimi. Medya Etik Kurulu 17 Aralık 2013 tarihinde yayımladığı deklarasyon ile hem interneti ne kadar önemseydiğini gösterdi, hem de bu konudaki yasal düzenleme eksikliğini az da olsa bilgiyle ve eğitimle doldurma gayretini ortaya koydu.

İşin sorumluluğunu almak

Elektronikleşen ve internet sayesinde hızla yayılan şekliyle gazetecilik giderek önem kazanıyor. İçinde bulunduğum uz bilgi, dijital ve bilgisayar çağının bizlere zaman anlamında çok fazla şey kazandırdığını ifade edebiliriz. Ancak bizlere zaman kazandıran bu teknolojiler özellikle internet haber siteleri yaptıkları işin sorumluluğunu almak durumundadırlar. Kopyala-yapıştır gazeteciliği dâhi yapıyorsa sitede yayımlanacak her şeyin aynen gazetelerde olduğu gibi bir sorumlu tarafından gözden geçirilmesi ve kontrole edilmesi esastır.

Maddeler gelişebilir

Yayımlanan İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu 11 maddeden oluşuyor. Elbette bu maddeler zaman içerisinde gazetecilerle ve konunun uzmanlarıyla tartışılıp geliştirilebilir. Yani değişmez ve mutlak maddeler olarak görülmemeli. Önemli olan bu

maddelerde anlatılmak istenen etik duruşu ve etik değerleri özümsemek ve uygulamaya çalışmak.

Sonuç: Barış gazeteciliği çözümlenebilir

Yıllardır basın sektöründe süre gelen bazı alışkanlıklar yerini yenilerine bırakması gerekiyor. Türk basının yola çıkışı sorunlu görünüyorsa bile “kervan yolda düzelir” atasözünü de hatırlayarak bazı sorunlar için içinde çözümlenebilir. Basında yaşanan güven sorununun ilk gazetenin yayın hayatına başlamasından itibaren



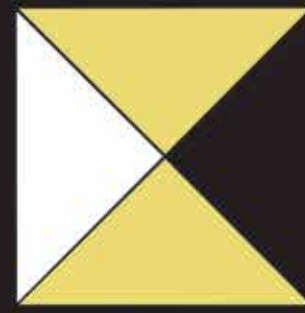
yaşandığı görülmektedir. Dolayısıyla siyasilerle ve elit kesimle bu kadar yakın ilişki içinde olan bir sektörün güven sorunu yaşaması doğaldır. Endüstrileşen ve holding basını haline alan, ticaretten ve paradan başka amacı bulunmayan yeni medya düzeninde basın da tercihini halk yerine sermayeden yana yapıyor. Basının ayrıca gücünün pasifleştirilerek gazetecilerin adeta postacı rolünü benimsemesi ise basına olan güveni azaltıyor. Basın güven sorunun ortadan kaldırmak istiyorsa kamu haberciliği yaparak halkın yanında yer alması gerekiyor. Gücünü siyasiler yerine halktan alan bir basının toplumsal sorunları çözmede de etkili olabileceğini söylemeliyim. Basına güven sorununu aşmakta yardımcı olabilecek kavramların

başında barış gazeteciliği geliyor. Barış gazeteciliği halkın yanında, dengeli, adil ve eleştirel bir haberciliktir. Basındaki mevcut güven sorununu haber kalitesiyle, doyuruculuğu ve niteliğiyle çözebilecek konumda bulunuyor. Gerçekleri gün yüzüne çıkararak, siyasi baskılara boyun eğmeden uygulanabilecek bir barış gazeteciliği anlayışı topluma önemli kazanımlar getirebilir. Sonuç olarak genel bir özet yapacak olursak; Kıbrıs Türk medyasının yürüyecek daha çok yolu olduğunu

söyleliyoruz. Bu yolda medyanın etik ihlallerden uzak ve vatandaşların problemlerine duyarlı, bir gazetecilik anlayışı ile ilerlemesi gerekiyor. Ayrıca medya ürünlerindeki kalite sorununu giderecek girişimler yapılmalı. Haberlerin, televizyon programlarının ve diğer

medya ürünlerinin kalitesini artırmak için üniversitelerden yardım alınabilir. Medya sektörüne nefes aldırarak bir diğer destek ise, yazının içinde de bahsedilen reklam desteğidir. Bu noktada görev sadece medyanın değil, bu ürünleri tüketen vatandaşlarıdır da. Vatandaşlar olarak iyi medya okuyucuları olmalıyız. Medyanın bize sunduğu kurgusal metinler ve görüntüleri eleştirebilme, aktif ve uyanık olma becerilerini gösterebilmeliyiz. Bir sivil toplum inisiyatifi olan Medya Etik Kurulu da medyanın habercilik anlamındaki sorunlarını çözmesine katkı sağlıyor. Daha iyi bir medya düzeni için üretenden tüketene sorumluluklarımızı almalıyız.

KUMAN YAPI MARKET



D.I.Y.
DO IT YOURSELF



Ahmet KUMAN

Tel : 0392 330 0784
Tel : 0392 330 0785
Gsm: 0533 880 9443

Mustafa KUMAN

Tel : 0392 330 0784
Tel : 0392 330 0785
Gsm: 0533 822 3321

Tarık KUMAN

Tel : 0392 330 0784
Tel : 0392 330 0785
Gsm: 0533 880 7544

ahmet_mustafa.kuman@hotmail.com

Hz Ömer Cad. No:46/1 Karakum / GİRNE



Gözde SÜREÇ SARI
gsurec@gmail.com

Kıbrıslı Türk moda tasarımcı **Abdullah Öztoprak** ile medyada görselliği konuştuk... Öztoprak, ekran yüzlerine eleştiriler yaptı, tavsiyelerde bulundu:



“İmaj Yaratmaları Gerekiyor”

“Sabah haber okuyan kadın sunucuların ciddi bir kıyafetle, çok canlı renklerden uzak durarak ekrana çıkması gerekiyor... Kıyafetler üzerlerine oturmuyor”

“Ekran makyajı ile gece makyajı farklı”

“Erkek sunucular kravatlara, takım renklerine dikkat... Pantolonun dökümü, çorabın rengi önemli”

Medyada görselliği bir moda tasarımcının gözüyle değerlendirmek istedik. Sadece ülkemizde değil, dünyada da tanınan, başarılı defilelere imza atmış Kıbrıslı Türk moda tasarımcısı Abdullah Öztoprak ile görsel medyaya değindik. Öztoprak, mevcut imkanların en iyi şekilde kullanılmadığını düşünüyor. Medyanın kısıtlı bütçelerle, reklam sorunu yaşayarak iş yapmaya çalıştığını,

buna da saygı duyduğunu söyleyen Öztoprak, “Ancak ellerinde olanı en iyi şekilde kullandıklarını düşünmüyorum. Biraz hazıra yatma durumu var” diyor. Ekranı çıkanların görselliği en doğru şekilde kullanmaları gerektiğini dile getiren Öztoprak'a göre, bunu sağlamak için ekrana çıkan yüzlerin de televizyon kanallarının da bir tarz yaratması, imajları olması gerekiyor. Ekran yüzlerinin, görselliği doğru kullanabilmeleri adına tavsiyeler

veriyor Öztoprak, “Kadın ve erkekler kahverengi ve grinin bazı tonlarını kullanırken çok dikkatli olmalı” diyor. Erkeklerle kravat seçimlerinde dikkatli olmalarını önerirken, kadınlara da makyajlarında çok çarpıcı renkleri kullanmamalarını tavsiye ediyor. Öztoprak'a göre programların içeriği ile, kıyafetler uyumlu olmalı, ciddi haber programlarında dikkati sunuculara çekecek, abartılı renk ve kıyafetler kullanılmamalı.

Kıyafetler, tasarımlar...

Öztoprak ile Girne'deki ofisinde buluştuk. Beni karşıladığı ilk anda köpeği Şanslı'yı kaybettiğini, tüm gece ortalarda görünmediğini anlatıp duyduğu üzüntüyü dile getirdi. Bunu konuşarak ofisin kapısına geliyoruz ve kapı açıldığında bir sürprizle karşılaştık. Kapı açılır açılmaz geceyi ofiste geçirmiş olan Şanslı, sevinçle Öztoprak'ın kucağına koştu. Şanslı'nın bulunmasına vesile olmaktan mutlu, Öztoprak'ın çeşitli tasarımlarının, ilginç kıyafet ve dekorların bulunduğu ofiste konuşmaya başladık.

Akademik kariyerden sanat için vazgeçtim

Öztoprak ile sohbete, onu biraz tanımak istediğimizi söyleyerek başlıyorum. “Aslan burcuyum. Gaziverenliyim” diyor ilk olarak. Sohbetimizin birçok yerinde vurguladığı gibi, Kıbrıslı Türk olmaktan gurur duyuyor ve her platformda bunu dile getirdiğini söylüyor. İlkokulu Gaziveren İlkokulu'nda okuyan Öztoprak, daha sonra Türk Maarif Koleji'nden mezun olur. Yüksek öğrenimini Orta Doğu Teknik Üniversitesi Kimya

bölümünde tamamlayıp, daha sonra yüksek lisans diplomasını da alan Öztoprak, doktora aşamasında akademik kariyerine devam etmek istemediğini anlayarak, okuldan ayrılır.

Akademik kariyerinden, sanat yapmak için vazgeçtiğini belirten Öztoprak, “Sanatı istediğim şekilde uygulayabilmek için de moda tasarım kısmından başladım. Moda ile sık değişebilecek, ama belli çerçevesi olan insan anatomisi üzerinde oyunlar oynamaya başladım” dedi.



Moda mafyatik bir sistem

Moda tasarım üzerine yoğunlaşan, bu dalda çeşitli başarılarla imza atan Abdullah Öztoprak ile moda kavramını da irdeledik. Modayı “mafyatik bir sistem ve cüzdan savaşının en önemli silahlarından biri” olarak tanımlayan Öztoprak, şöyle devam etti:

“Moda aslında çok kapitalist, paranın kontrollü döndüğü mafyatik bir sistemdir. İnsanoğlunu tüketime yönlendirip, otoriteler kurmaya çalışan güçlerin oluşturduğu bir sistemdir. Önce size zafiyet yaratıyor, sonra zafiyetiniz sömürü sistemi oluyor ve paranız pompalanıyor. Aslında bir cüzdan savaşının en önemli silahlarından birisidir moda...”

Modanın, kültür erozyonuna da yol açtığını söyleyen Öztoprak, “Dikkat edin, modanın güçlü bacaklarında, kültür erozyonu yoktur. Sabittirler. Örneğin Fransa ve İtalya. Ama zayıf ülkeleri moda otorite olarak göremiyoruz. Güçlü ülkeler, bunu da bir silah olarak kullanıyor. Kültürel değerlerimiz zayıflıyor, dağılıp yok oluyor, yerine başka bir şey konuyor” diye konuştu.

İçler acısı...

Moda tasarımcısı Abdullah Öztoprak, basın için ülke için çok önemli olduğunu düşünüyor. Öztoprak, “Milli davamız ve sessimizin duyulmasında hep önemli olmuştur medya. Bu zor görevi üstlenen, medyada çalışmış ve çalışan herkese saygım sonsuz ancak eleştirilerim de var” diyor. Ülkede kısıtlı bütçelerle, imkanlar dahilinde işler yapılmaya çalışıldığını bildiğini söyleyen Öztoprak, “Ama biraz olurun üzerine yatma halini görüyorum. Mevcut haldekinin en iyisini yapmalısınız. Ama öyle bir durum yok. Ne personel, ne

teknik, ne ekrandaki kişinin makyajı, kostümü, mimikleri, ne de dekor olarak. Ortada içler acısı bir durum var” dedi.

Öztoprak, kanal sahiplerinin kaynak yaratamadıklarını, sponsorluklarla işlerin yapılmaya çalışıldığını ancak mevcut durumda iyi işler çıkarılmadığını kaydetti.

İmaj yaratın...

Ekrana çıkan kişilerin, görseelliklerini en doğru şekilde kullanmalarının çok önemli olduğunu vurgulayan Öztoprak, bunu sağlayabilmeleri adına bazı ipuçları verdi. “Bir danışman eşliğinde kendilerini bir imaj yaratmalılar.

Bir tarzları olmalı. Bu sadece kişiyle sınırlı olmamalı. Televizyon kanallarının da profesyonel kişilerden yardım alarak, kanal imajı oluşturmaları gerekiyor” diyen Öztoprak, bir televizyon kanalının bu anlamda kendisinden yardım istediğini ancak o kurumun iç sıkıntı ve huzursuzluklarının buna imkan vermediğini anlattı. Öztoprak, “Ben yardımcı olmaya çalıştım ancak vasıfsız bir kimlik gibi durmaktan rahatsızlık duydum. Üzülmem ve üzmem adına geri adım attım” dedi.

Öztoprak, ekrana çıkanların görsel bir terapiden geçmeleri gerektiğini düşünüyor. Bunun küçümsenmemesinin önemli olduğunu söyleyen Öztoprak, yayıncılığın daha yukarılara taşınmasının, daha iyiye ulaşmanın sponsor desteğini de artıracaklarını vurguladı. Daha iyi işler çıkarıldığında daha çok sponsorluk alınabileceğini dile getiren Öztoprak, bunun kaliteyi artıracağına vurgu yaptı. Kıbrıs'ta reklamı satanın yazılı basın olduğunu söyleyen Öztoprak, çekilen reklam filmlerinin imkan olmadığı gerekçeyle basit kaldığını, bu nedenle yazılı basına ilginin daha yoğun olduğunu ifade etti.

İmajla birlikte, strateji ve kariyer kontrolünün de önemli olduğuna işaret eden Öztoprak, programa çıkan kişilerin de bazı unsurlara dikkat etmesi, kötü dekorlar, ışıklandırmalarla karşılaştığında teslimiyetçi olmaması gerektiğini söyledi.

Kıyafetler oturmuyor...

Ekranlarda sunucu olarak görev yapan kişilerin, önemli bölümünün kıyafetlerinin sponsorlar tarafından sağlandığını belirten Öztoprak, genel olarak kıyafetlerin üzerlerine oturmadığını, erkeklerde de modern kesimli takımların kullanılmadığını ifade etti. Haberci kıyafeti ile aktüel kıyafetin karıştırılmasının sık yapılan hatalar arasında olduğunu anlatan Öztoprak, “Sabah haber okuyan

kadın sunucuların ciddi bir kıyafetle, çok canlı renklerden uzak durarak ekrana çıkması gerekiyor” dedi.

Renklere de değinen Öztoprak, kahverengi ve gri renklerin kullanılmasını tavsiye etmedi. Öztoprak, “Kahverengi ve grinin tonları çok dikkatli kullanılmalı. Programın içeriği ve dekora uygun olarak, kişiyle bütünleşecek kıyafetler kullanılmalı” diye konuştu.

Kamera açıları artırılmalı

Kamera açılarının da doğru bir görsellik yakalamada önemli olduğunu söyleyen Öztoprak, televizyon programlarının çoğunda tek açı kullanıldığına işaret etti. Öztoprak, “Ekranlara bakıldığında, kamera ile yüz yayıncılığının ön plana çıktığı görülüyor. Kamerayı tek açıda bırakıyorlar. Program aynı açıyla başlayıp bitiyor. Açılar biraz artırılmalı. Bu da görselliğin doğru kullanılmasında önemli rol oynuyor” diye konuştu.

Patlayan renkler...

Görselliği etkileyen unsurlardan birinin de makyaj olduğuna değinen Öztoprak, makyajda profesyonelliğin önemine işaret etti. Televizyon kanallarının birçoğunda makyöz bulunmadığını, sunucuların kendi imkanlarıyla makyajlarını yaptıklarını söyleyen Öztoprak, makyaj eğitiminden geçmeleri gerektiğini belirtti. Ekran makyajı ile gece makyajının farklı olduğunu dile getiren Öztoprak, ekran makyajında kullanılan malzemenin farklı ve pahalı olduğunu, en azından bu malzemenin kanal sahipleri tarafından temin edilmesi gerektiğini ifade etti. Ekranında çok yoğun patlayan renklerle makyaj kullanılmaması gerektiğini belirten Öztoprak, “Kullanılacaksa da çok şiddetli güçlü bir dekorun olması gerekir. Ölü bir dekorda sadece o dudak veya göz patlar, o da amaç değildir. Bütünlük vermez” dedi.

Kravata dikkat...

Ekranı çıkan erkek sunucuların dikkat etmesi gereken unsurların başında ise kravatlar olduğunu söyleyen Öztoprak, “Kravatın bağlanış şekli çok önemli. 'Beni daraltır' diyerek, boynundaki kravatı gevşetme lüksü yok kimsenin” diye uyardı. Öztoprak, seçilen rengin de önemli olduğunu, gece dışarı çıkar gibi giyinmenin doğru olmadığını söyledi. Kıyafetlerin, sunulan programa göre çeşitlilik gösterebileceği üzerinde duran Öztoprak, şöyle konuştu: “Spor program sunan bir kişi T-Shirt de giyebilir. Ama T-Shirt derken, yakalı bir T-Shirt olmalı. Ayakkabı konusunda da o kadar talihsizlikler yaşanıyor ki... Ayakkabı, pantolonun paça düşüşü, çorabın rengi, saatiniz... Bunlar çok önemli.” Ekranında takım elbise giyenlerin kahverengi, gri ve mor renklerden uzak durmaları gerektiğini söyleyen Öztoprak, çok canlı renklerdeki kravat seçimlerini de doğru bulmuyor.

Aynı masa üzerinde...

Haber programlarında dikkat toplayan ışıklandırma kullanılmasının uygun olacağını söyleyen Öztoprak, “Led ışıklar, flexi glasslar kullanılabilir. Ancak bunu çok göremiyoruz. Aynı masa üzerinde 13 tane program izliyoruz. Sadece kafalar değişiyor. Çok büyük stüdyoları olan kanallar var. Bunları yapmamaları acı” diye eleştirilerini sürdürdü. “Üretimsiz ve kolay yayıncılık yapmayı seçiyorlar” diyen Öztoprak, ülkede çok iyi müzisyenler bulunduğunu, programlarda bu kişilerden yararlanılması gerektiğini ifade etti.

Podyum sihirbazı

Öztoprak ile çalışmaları, defileleri, hedeflerini de konuştuk. Sahnede şovmen olarak yer almaktan

hoşlandığını söyleyen Öztoprak, “Bana podyum sihirbazı diyorlar. Öyle anıyorlar. Bu yakıştırma hoşuma gidiyor. Nedeni de anlaşılmalı olmak” ifadelerini kullandı.

Değişik sentezler uygulamayı sevdiğini söyleyen Öztoprak, “Yaratılmış olmanın, yaratıcı olmadığımız sürece hiçbir anlamı olmayacaktır kısırlaşsak... Yaratıcılığı, yaratabilmek değil, mevcudu keşfedilme hal ve durumu olarak tanımlıyorum. Mevcut olan şeyleri, görülmezken fark edebilecek enerjiye ulaşıyorsunuz. Bugünkü teknikle tanımlayamadığımız farklı bir gözle bakıp bunu yakalıyorsunuz” dedi.

Sürekli kendini incelediğini belirten Öztoprak, yaşadıklarını “Neyim ve ne olabilirim diye sürekli kendimi kurcalarım” diyerek özetledi.

Abiye, gelinlik, kişiye özel tasarımlar yaptığını anlatan Öztoprak, “İnsanların ruh halini, vücutla kumaşın buluşmasını yakalıyorsunuz. Bu da önemli tecrübeler kazandırıyor” dedi.

Öztoprak ile daha sonra defilelerini konuştuk. Bugüne kadar sayısız defileye imza attığını anlatan Öztoprak, 2008 yılında Kıbrıs'ta yaptığı “Var olmak” isimli defilenin kendisi için çok önemli olduğunu belirtti.

Öztoprak, “Var olmak” defilesine ilişkin, “O defile benim ülkemize ilk büyük ödevimdi. O güne kadarki donanımımla ülkemde, ülkenin insanımı, tarihimizi siyasi masaların dışında, sinema filmleri dışında bir podyumda sessiz ama şiir destekli yorumladığım ilk büyük işlerimden oldu” dedi.

Türkiye'de gerçekleştirilen “Habersiz” isimli defileye de değinen Öztoprak, “O defilede içimizde yaşayan canlı bombalardan habersiz bir yaşam sürdürdüğümüzü anlattım. Bu da başarılı oldu ve çok ses getirdi. Saddam Hüseyin'in idamından sonra 'İp' isimli bir defile yaptım. Orada da



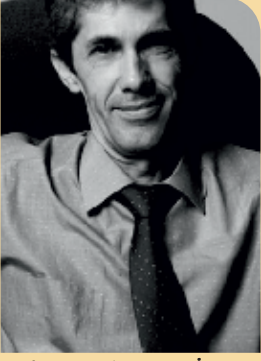
her kıyafette ipin ucuna asılan mı, ipi çeken mi bugünkü Ortadoğu değişiminin sorumlusudur diye sorguladım” diye konuştu.

Güncel konuları, sosyal olayları konu alan birçok defile hazırladığını anlatan Öztoprak, dramatik öğeler kullanarak, dikkat çekmek ve mesaj vermek istediğini belirtti.

Kıbrıs Türk basınıyla alakalı büyük bir sahne performansı uygulamak istediğini söyleyen Öztoprak, gazetecilerle bir araya gelmek istediğini ifade etti.

“Dünyada, yazdığı şiirlerle yabancı

dillere çevrilerek şov yapan moda tasarımcısı bir tek benim” diyen Öztoprak, “Cümbez” defilesinin de kendisi için önemli olduğunu, devamını getirmek istediğini kaydetti. Başarıları arasında, Türkiye adına katıldığı dört uluslararası yarışmada, ulusal kostüm dalında dünya birinciliği bulunduğunu anlatan Öztoprak, bu platformlarda her zaman Kıbrıslı Türk olduğunu dile getirdiğini, bunu misyon edindiğini vurguladı.



Prof.Dr. Süleyman İRVAN
suleyman.irvan@gmail.com

Basın fotoğrafçılığında etik sınır

Fotoğrafın gazetecilikte kullanılmaya başlaması görece yeni bir uygulamadır. İlk gazetenin 1605 yılında yayımlandığını düşünürsek, basın fotoğrafı için aşağı yukarı 250 yıl beklemek gerekmiştir. Basın tarihi, ilk foto muhabirinin İngiliz Roger Fenton olduğu konusunda hemfikirdir. Fenton, 1853'te başlayıp 1856'da sona eren Kırım Savaşı'nı fotoğraflamak için 1855 yılında cepheye gitmiş, burada çektiği fotoğraflar Illustrated London News isimli gazetede yayımlanmıştır. Bunlar aynı zamanda ilk savaş fotoğraflarıdır da Fotoğrafın gazeteciliğin vazgeçilmez bir parçası haline gelmesinin temel nedeni, belge niteliği oluşturmasından, haberin doğruluk iddiasına kantunmasından kaynaklanmaktadır. Gazeteciler, yaptıkları haberleri destekleyici somut kanıt olarak görürler fotoğrafı. Elbette fotoğraf her zaman haberi destekleyen bir yardımcı değildir her zaman. Bazen fotoğrafın kendisi anlatır olayı. Kevin Carter'ın Sudan'daki açlığı konu alan fotoğrafını; Edie Adams'ın Pulitzer ödüllü Saygon fotoğrafını; Nick Ut'un yine Pulitzer ödüllü Vietnam fotoğrafını; ya da 1989 yılında Pekin'in Tiananmen



Meyda'nında tankları durdurmaya çalışan meçhul eylemci fotoğrafını düşünün.

Hangi görüntüler yayımlanmamalı

Basın fotoğrafçılığında etik sorunlar oldukça geniş bir alanda ortaya çıkabilmektedir. Medya Etik Kurulu tarafından hazırlanan Gazetecilik Meslek İlkeleri, hangi haber fotoğraflarının

yayımlanmasının doğru olmadığı konusunda ayrıntılı bilgi veriyor:

Çocuklarla ilgili suçlar:

“Çocuklarla ilgili suçlarda, zanlı, sanık, mahkûm, tanık, mağdur ya da maktul statüsünde olan 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğrafları yayımlanmamalıdır”.

Cinsel suç mağdurları: “Cinsel dokunulmazlığa, kadın ve çocuk istismarına ilişkin suçlarda, mağduru açık ismi ve fotoğrafları yayımlanmamalı; kimliğini ortaya çıkaracak yayımlardan kaçınılmalıdır.”

Hastaneler: “Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmelidir. Yetkili kişinin ve hastanın (onun izin veremeyecek durumda olması durumunda yakınının) izni olmaksızın, hastane ve benzeri kurumlarda hiçbir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.”

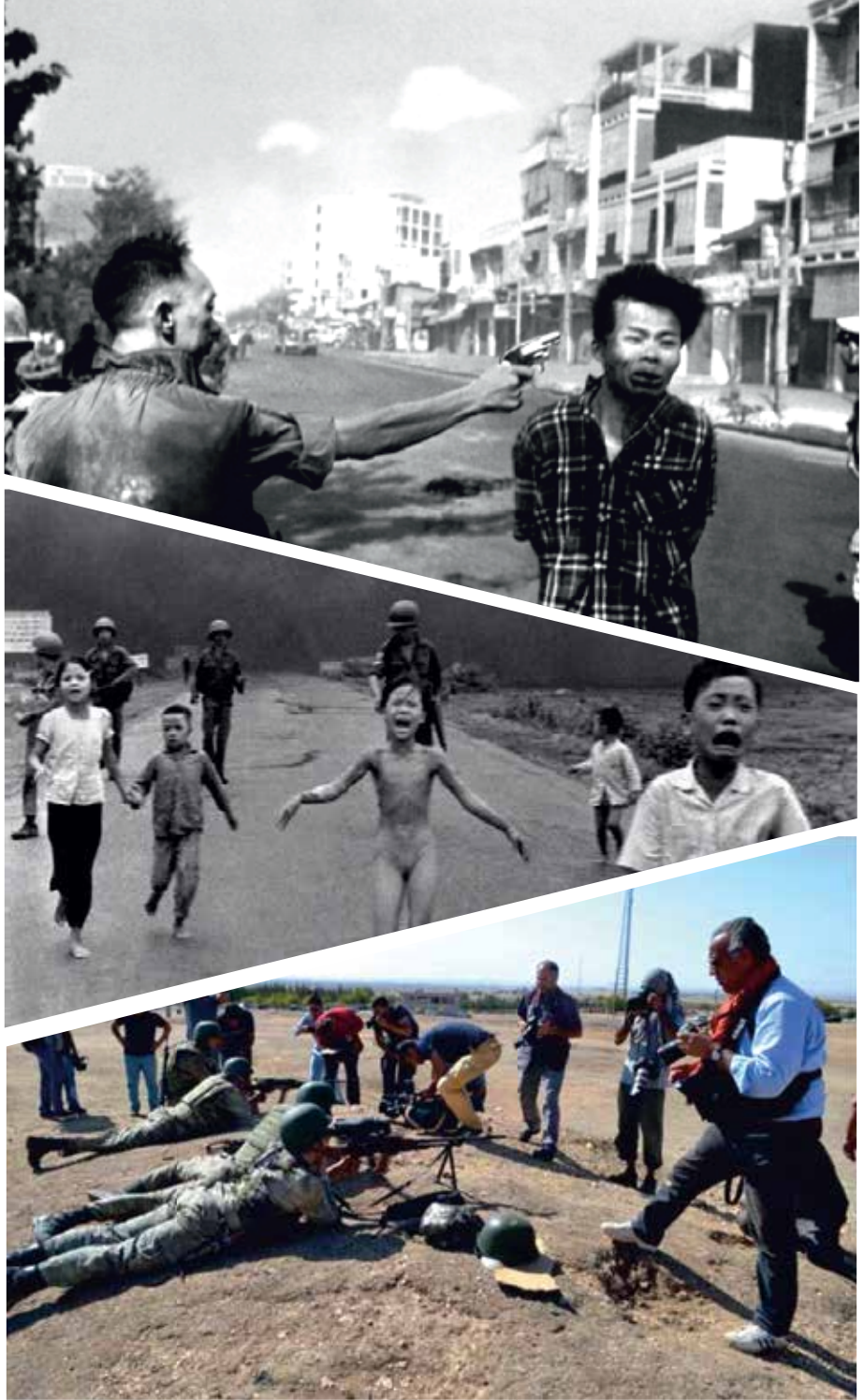
Gizliçekimler: “Üstün kamu yararı olmadıkça, sahibinin izni dışında belge, fotoğraf, ses veya görüntü alınmamalıdır.”

İntihar görüntüleri: “İntihar eylemini gösteren fotoğraf, resim veya film yayımlanmamalıdır”

Özel yaşama müdahale: “Özel yaşamın gizliliği esastır. Üstün bir kamu yararı olmadıkça veya kişinin rızası alınmadıkça özel yaşamın gizliliğini ihlâl eden habercilik yapılmamalıdır.”

Kaza ve cinayet görüntüleri:

“Haberlerde kan ve şiddet unsurları içeren fotoğraf ve görüntüler yayımlanmamalıdır.”



Haber fotoğraflarında manipülasyon ve mizansen

Bu yazıda, iki ciddi etik sorundan söz edeceğim. Sanırım, haber fotoğrafçılığında asla kabul edilemeyecek olan, görüntünün tahrif edilmesidir. Tahrif edilmiş basın fotoğraflarına ilişkin çok sayıda örnek gösterilebilir. Bunun son örneği, Türkiye

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda yaptığı konuşmayı haber yapan Star gazetesinin 25 Eylül 2014 tarihli manşet haberinde kullandığı fotoğraftır (Foto 6). Mustafa Karaalioglu imzalı ve “Yüzlerine Haykırdı” başlıklı haber için kullanılan fotoğrafta genel kurul salonu hınca hınç dolu



görülmektedir. Ancak bu salon görüntüsünün, ABD Başkanı Barack Obama konuşma yaparken çekildiği, Erdoğan'ın fotoğrafının bu görüntü üzerine monte edildiği ileri sürüldü. Zaten Star dışında hiçbir gazetede benzer bir görüntüye yer verilmemişti. Star'ın fotoğraf manipülasyonu özellikle haber sitelerinde ve sosyal medyada yaygın biçimde eleştirilmesine karşın, ne gazete ne de gazeteci herhangi bir özür veya düzeltme yayımlama gereği duydu. Erdoğan'a yakınlığıyla bilinen gazete, gazetecilik etiğinin birinci kuralı olan, “gerçekleri nesnel biçimde, çarpıtmadan aktarmak” ilkesini bilinçli bir biçimde ihlâl etmede bir sakınca görmedi.

İkinci örnek, mizansen gazeteciliği olarak adlandırılabilir bir yöntemle ilgili. Kobane'ye yönelik

İŞİD saldırılarını haberleştirmek için Suruç'a giden Türkiye gazetelerinin ve televizyonlarının muhabirleri, askerlerin namlularını Suriye çevirdiklerini ve ellerinin tetikte hazır beklediğini göstermek için bir mizansen habere imza attılar. Mizansen, bir olayın kurgulanarak gerçekmiş gibi sunulması anlamını taşıyor. Dicle Haber Ajansı (DİHA), olayın orijinal fotoğrafını servis ederek Türkiye medyasının nasıl bir mizansen kurguladığını göstermese, bu fotoğrafların kurmaca bir olaya dayalı olduğunu öğrenemeyecektik elbette (Foto 7). Bu gerçeğin ortaya çıkmasına rağmen, bazı gazeteler bu sahnelenmiş fotoğrafları birinci sayfalarından ya da internet sayfalarından yayımlamakta bir sakınca görmediler (Foto 8). Oysa, uluslararası düzeyde de kabul

gören NPPA (Ulusal Basın Fotoğrafçıları Derneği) ilkelerine göre, “gazeteciler, mizansen fotoğraf çekimi fırsatlarına karşı çıkmalıdır.” Ne yazık ki, tespit edebildiğim kadarıyla Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet, Akşam, Türkiye, Star, Habertürk ve Takvim gazeteleri bu mizansen fotoğraflarla “Sınırdan eller tetikte” haberleri yapmakta bir sorun görmediler. Görüntünün manipülasyonu ve mizansen, etik açıdan tartışması dahi kabul edilemeyecek netlikte etik ihlâllere işaret eder. Gerçeği anlatma mesleği olarak tanımlanan gazeteciliğe gönül verenlerin, bu iki açık biçimde etik dışı pratiği kesinlikle reddetmeleri gerekir. Gazeteciliğin temeli olan doğruluk ve dürüstlük ilkeleri, haber fotoğrafları için de geçerlidir.



MUSTAFA YÜNCÜ

LEFKONUKLU

`Yıllardır Tanışıyoruz`



Surlariçi | Taşkinköy | Küçük Kaymaklı / LEFKOŞA

www.lefkonuklu.com

TEL: 0392 22 75 671



Faika YALVAÇ
PR Island Direktörü
faika.yalvac@prisland.net

Dijital görünümün getirdikleri

■ *Konu iletişim olduğunda değişmeyen ve değişmeyecek asıl ayırt edici ve hayati nokta, her zaman olduğu gibi bundan sonra da iletişim unsuru ne olursa olsun onu “özgün fikirler ve tespitlerle taçlandırmak” olmaya devam edecek gibi görünüyor.*

Aradan onlarca neslin yetişebileceği uzun bir zaman geçmemesine karşın, tanıklık ettiğimiz dijital dönüşümün baş döndürücü hızı hepimizin hayatını, daha doğrusu alışkanlık ve beklentilerini hatırı sayılır ölçüde değiştirdi ve değiştirmeye de devam ediyor. İletişim ise hiç kuşkusuz tüm alt disiplinleriyle birlikte bu dönüşümden en çok etkilenen alanların başında yer alıyor. Geleneksel mecraların yanı sıra, televizyon ve bilgisayara akıllı telefonla ve tabletin de eklenmesiyle bizi dört ekrandan kuşatan bilgi akışı ve paylaşımının ulaştığı hız, haberi hem üreten hem de tüketenler açısından birçok dinamiği değiştirmiş durumda.

Söz ettiğimiz devinimi hayal edebilmemiz için sayısal birkaç örnek ifade etmek gerekirse, YouTube'da bir dakikada 100 saatlik videonun yüklendiği ve ayda 6 milyar saatlik (250 milyon gün ya da kısaca! 685 bin yıllık) videonun izlendiği, günde 500 milyon tweet'in gönderildiği bir dünyadan söz ediyoruz.

Görüntüleme ve telekomünikasyon teknolojilerinin ulaştığı nokta sayesinde günümüzde neredeyse herkes cebinde veya çantasında kaliteli bir kamera ve ufak çaplı bir bilgisayarla dolaşma olanağına kavuştu. Bu durum bir taraftan haberlerin çok çeşitli fotoğraf ve videolarla desteklenerek nerede olurlarsa olsunlar insanlara ulaşmasını sağlarken, diğer taraftan

da sokaktaki herkesi fahri muhabirlik konumuna taşıyarak katılımcı gazeteciliğin hayata geçmesinin en azından teknik olarak önünü açıyor.

Ancak bütün bu gelişmelere paralel olarak hayatımızda pek çok şeyin değişmiş olması, başta gerçek haberciliğin dayanması gereken etik kurallar olmak üzere iletişim alanındaki temel ilkelerin önemini yitirdiği anlamına asla gelmiyor. Aksine, habere ulaşmada demokratikleşmenin önü sosyal medya platformları, bloglar ve web siteleri gibi çok sayıda kanal sayesinde açılmış olurken, diğer yandan medya okuryazarlığının ve doğru haber ve mesajları kitlelere yine doğru yöntemlerle ulaştırma konusunda iletişim profesyonellerinin genlerinde bulunan sorumluluk ve titizliğin önemi her zamankinden daha fazla öne çıkıyor. Zira hızı ve kitleliliği nedeniyle avantaj sağlayan aynı imkanlar, kötü niyetli kişilerin veya bu değerlerin farkında olmayan fahri muhabirlerin yol açtığı yanlış, eksik hatta gerçek dışı haberlerin hızla yayıldığı iletişim kazalarına, krizlere ve haber kirliliğine neden olabiliyor. Yoksa teknolojik gelişmeler sayesinde hızın ve görseelliğin öne çıkması ya da işlevleri farklılık gösteren bu kanalların tümünün etkin şekilde kullanılması, haberciliğin derinlik ve analiz boyutu açısından tehdit oluşturmak şöyle dursun, değerinin daha da artmasına hizmet eden bir avantaja dönüşüyor.

Konvansiyonel olanlara ek olarak web sitesi, Twitter, Facebook ve YouTube gibi çeşitli kanallardan yararlanmanın iletişimcilere sağladığı avantajlar yalnızca çok sayıda kişiye hızlı şekilde ulaşmaktan ibaret değil. Son derece aktif ve katılımcı olan bu kitleye fikir ve beklentilerini doğrudan paylaşabildikleri bu tür alanlar sunmak onların hayatını kolaylaştırırken, bize de hedef kitlemizi tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar yakından tanıma avantajı sağlıyor.

Önemi giderek daha fazla artan bu avantaj, günümüzde hem basın hem de halkla ilişkiler gibi kitlelere hitap eden alanların profesyonelleri tarafından büyük ölçüde fark edilmiş ve benimsenmiş durumda. Bu imkanlardan henüz yararlanmayan yayın kuruluşu ve iletişim projelerinin sayısı ise gün geçtikçe azalıyor.

Önümüzdeki dönemde burada söz ettiğimiz uygulamaların yaygınlaşmasına ve bunlara yeni iletişim platformlarının/modellerinin eklendiğine tanık olmaya hep birlikte devam edeceğiz. Bununla birlikte konu iletişim olduğunda değişmeyen ve değişmeyecek asıl ayırt edici ve hayati nokta, her zaman olduğu gibi bundan sonra da iletişim unsuru ne olursa olsun onu “özgün fikirler ve tespitlerle taçlandırmak” olmaya devam edecek gibi görünüyor.



AS-CAN SİGORTA ŞTİ. CO. LTD.
AS-CAN Insurance Co. Ltd.

** Araç-Kasko-Trafik Sigortası*

** Ev-Bina-Ev Eşyası-Yangın-Hırsızlık*

** Nakliyat Sigortası*

** İş Yeri-Bina ve Stok Sigortası*



Mehmet Akif Cad. No: 122 P.O. Box 244 Lefkoşa / KUZEY KIBRIS Mersin 10 - TURKEY
Tel: 0392 227 64 44 (6 Hat) 0392 228 77 77 Fax: 0392 228 19 76
E-mail: erol-can@kibrisonline.com



Tuğçe ÜLKÜ AYDIN
tugce.ulku@hotmail.com

İngiltere'de 15 yıl gazetecilik yapan Serhat İncirli:

“İngiliz basınıyla kıyaslanırsa bizim gazeteler gazete bile sayılmaz...”



“İngiltere'de ciddi gazete var, gayri ciddi gazete var... Kıbrıs'ta ise bir gazetede her şey var. Spekülasyon ve sansasyon da var, çok ciddi siyasi haberler de...”

“...Bazen 'zenci sporcu' ifadesini buluruz gazetelerimizde. İngiltere'de bu ifadenin kullanılması 5-10 sene hapis gerektiren bir ifadedir. Zenci kelimesini kullanan gazeteci bir daha hiçbir gazetede iş bulamaz...”

Kıbrıs Gazetesi Haber Müdür Yardımcısı olarak görev yapan Serhat İncirli, Kıbrıs'taki gazetelerin, İngiltere'deki gazetelere göre gazete bile sayılmadıklarını düşünüyor.

İngiltere'de 15 yıl gazetecilik yapan İncirli, bunun bir tarz meselesi olduğunu, İngiliz gazetelerinin dünyaya editör ihraç eden fabrikalar olduğunu anlattı.

İngiltere'de, Kıbrıs, Toplum Postası ve Afrika gazetelerinin temsilcisi

olarak görev yapan ve çok sayıda kursa katılan Serhat İncirli, en büyük idealinin ülkedeki bütün gazetelerin bir gün İngiliz gazeteleri gibi olabilmesi olduğunu ifade etti ve ekledi:

“Pazar günleri İngiliz gazeteleri için ayrı bir hayattır. Her İngiliz gazetesi 6 gün yayınlanır. Pazar gazetesi aslında 7'incisidir. Özellikle Sunday Times'i naylonun içinde almayı özlerim. Eve gelirken bileklerimin ağrımını özlerim. O kadar ağır ve güzeldir yani. Ön sayfaların hastayım, çok

tertipli ve düzenlidirler. Ön sayfalarında muhakkak yatak örtüsü, tentecik vardır...”

İngiltere'den çok farklı... Hatta Türkiye'den de farklı

Kıbrıs Gazetesi Haber Müdür Yardımcısı Serhat İncirli'yle KKTC basını ve İngiliz basınına konuştuk, karşılaştırdık.

İncirli, KKTC'deki gazeteciliğin İngiltere'yle çok farklı, hatta Türkiye'dekinden de çok farklı olduğunu söyledi.

İncirli, “Kıbrıs'ta bir gazetede her şey vardır. Yani spekülasyon, sansasyon ve çok ciddi siyasi haberler de... Ama İngiltere'de gazeteler üç sınıfa ayrılmıştır” diye özetledi farklılığı.

Yakın Doğu Üniversitesi'nde yaklaşık 6 senedir “İngiliz Basını” diye bir ders verdiğini ve İngiliz gazetelerini anlattığını belirten İncirli, İngilizcenin dünyada çok yaygın konuşulan bir dil olması, ayrıca İngilizce yayınlanan gazetelerin çokluğu nedeniyle İngiltere'de yetişen gazetecilerin dünyanın birçok ülkesinde gazetelerde editörlük yaptıklarını anlattı.

İncirli, bunun en önemli örneklerinden birinin de ülkedeki Cyprus Today'in kadın editörü olduğunu altını çizdi.

İngiltere'de ciddi gazetelerde, yani “Daily Telegraph”, “Guardian”, “Times Independent” gibi gazetelerde bir futbolcunun seks hayatıyla ilgili ya da bir futbolcunun sevgilisinin göğüs ölçüsüyle ilgili bir haber okunamayacağını anlatan İncirli, öte yandan ülkenin en çok satanları arasında yer alan orta sınıf gazetelerde hemen hemen hiç ciddi haber kullanılmadığını belirtti.

İncirli, “Sun” gazetesinin bu tür gazetelerin lideri olduğunu, “Daily Mirror”, “Daily Star” gibi

gazetelerde hemen hemen hiç ciddi haber kullanılmadığını anlattı.

Serhat İncirli şöyle devam etti:

“Bu gazeteler siyasetle, uluslararası sorunlarla ilgili haberler kullanmaz. Bu gazeteler daha çok hangi ülünün nerede ne yaptığıyla ilgilenir. Kadın istismarı özellikle Sun ve Daily Star'da had safhadadır. Sun gazetesinin en önemli sayfası üçüncü sayfasıdır ki, bu sayfada üstsüz bir kadının fotoğrafı, yaşı, adresi ve her şeyi bulunur...”

Bu olaylara kadın hakları savunucularının önemli tepki gösterdiğini ama kadınların o sayfada yer almak için yarışa girdiğini de anlatan İncirli, ciddi gazeteler ile gayri ciddi gazeteler arasında farklılıklar olmasının önemine vurgu yaptı.

KKTC'de ise bir gazetede tümünün bulunduğunu belirterek Kıbrıs Gazetesi'ni örnek gösterdi İncirli... “Mesela Kıbrıs Gazetesi'nin ön sayfaları çok ciddidir. Ancak sonra 4-5 sayfa magazinle alakalı.”

İngiltere'de “Guardian” ve “Daily Telegraph”ın magazin sayfalarının bile çok ciddi olduğunu anlatırken

de, sanayi ve ekonomiyi ilgilendirdiği zaman bir moda gösterisinin bu gazetelerde ön sayfaya girebildiğine işaret etti.

Gazetecilik kurallarına uyulmuyor...

“Sun'da moda gösterisi sadece bir kadının organlarıyla, Daily Telegraph'da ise üzerindeki elbiseyle alakalıdır. Yani biri sanat eserini, moda eserini sergilemeye çalışırken; ötekisi kadının vücudunu sergiler. Bizim ülkemizdeki gazetelerde ise en ciddisinde bile hepsi bulunur” diyen İncirli, ülkede gazetecilik kurallarına da uyulmadığını düşünüyor.

İngiltere'de en gayri ciddi gazetede bile bu kurallara uyulduğunu, biriyle ilgili bir haber yapılacağına en kötü ihtimalle son paragrafına “ilgili kişiyi aradık ama ulaşamadık” diye bir not düşüldüğünü de ifade ediyor İncirli.

İncirli, “Bizde biriyle ilgili bir haber yapıldığında altına 'açıklama yapmasını bekliyoruz' diye bir not düşülüyor, ya da 'hastane buna ne diyecek'. İngiltere'de böyle bir haber görmezsiniz. Çünkü gazeteci olarak hastaneye bunu sormak sizin



görevinizdir” diyor. İngiltere'deki gazeteler ve Kıbrıs'taki gazetelerin pek fazla kıyas kaldırmadığını görüşünü de dile getiriyor Serhat İncirli.

“Daily Telegraph”, “Guardian”, “Times”, “Independent” ve “Financial Times” gibi gazetelerin ve bunların pazar sayılarının üniversite gibi olduğunu, takip edildiği zaman gazeteciliğin bütün tekniklerinin öğrenilebildiğini, akademik eğitimin bu sayılara nasıl yansıdığına çok rahat görülebildiğine vurgu yaptı.

Kıyas yaparken, farkların altını çizerken, “Fotoğrafları her zaman sanat eseri gibi çok fazla titizlikle seçilmiş, önem verilmiş olur. Ciddi gazetelerde yalan yoktur, asla yalan yazmazlar. Gazetelerde teyit edilmemiş, onaylanmamış hiçbir şey olmaz. Çocuk, kadın istismarı bulunmaz. Azınlıkların, eşcinsellerin, engellilerin istismarı yoktur. Irkçılık sıfır düzeydedir” ifadelerini de kullandı İncirli.

“Irkçılık da yapıyoruz...”

“Bizim gazetelerde özellikle spor basını, yeni yeni ülkeye gelen Afrikalı gençler nedeniyle ciddi ırkçılık yaptıklarının farkında değil” diye konuşan İncirli, şöyle devam etti:

“‘Siyahi’ kelimesi bile bazen yanlışır. Olmaz; Afrikalı, Afrika kökenli kullanılması gereken ifadelerdir. İngiltere'de bu kelimeler çok ciddi suçtur. Bazen 'zenci sporcu' ifadesini buluruz gazetelerimizde. İngiltere'de bu ifadenin kullanılması 5-10 sene hapis gerektiren bir ifadedir. Zenci kelimesini kullanan gazeteci bir daha hiçbir gazetede iş bulamaz.”

İncirli, şunları söyledi:

“Bunları suçlamak için söylemiyorum, çünkü eğitimi verilmediği için gayet doğaldır. Mesela bizde basın aynı zamanda dışlayıcıdır, oysa İngiltere'de

dışlayıcılık yasaktır. Bizde medya ırkçıdır, İngiltere'de ırkçılık yasaktır. Orda medya ırkçılık yapamaz. Bizde bazı gazeteler, Rumlarla ilgili ifadeleri nedeniyle, İngiltere'de yayımlansalar çok ciddi ceza alırlar ve vatandaşlar da bu gazeteleri alıp okumaz.”

“Yorumcular baş değil son sayfada”

İngiliz basını Türkiye medyasıyla kıyaslarırken de İncirli, “İngiliz gazeteleri habercidir, Türkiye gazeteleri çıkarıcı ve yorumcudur. Türkiye'de haber veren gazete sayısı çok azdır, yorum çok ağırlıklıdır. Yorum ön sayfaya kadar gelir. İngiltere'de yorumcular son sayfadadır, Türkiye'de yorumcular baş sayfadadır” diye konuştu.

İngiltere'de her gazetenin ombudsmanı ve çok ciddi bir hukuk bürosu olduğunu anlatan Serhat İncirli, haberlerin hem yazılmadan hem de yayımlandıktan sonra bu kişiler tarafından denetlendiğine dikkat çekti.

“Sıkıntı yaratabilecek haberler hukuk bürosuna incelettirilir, sonra yayınlanır. Hukukçular neyin yayınlanıp neyin yayınlanamayacağını söyler. Bu bizim ekonomik şartlarımızla imkansız gibi görünmekle birlikte, olmazsa olmazdır. Çünkü bu insan haklarıyla ilgili bir şeydir” diyor İncirli. Ve hiç kimsenin hak ve özgürlüklerinin bir haber veya yayın nedeniyle zarara uğratılmayacağını ekliyor.

Çocuk fotoğrafları...

İncirli, bunun için hukuka dikkat edilmesi gerektiğini, ama Kıbrıs'ta buna dikkat edecek bir gazete olduğuna inanmadığını ifade ederken de şunları söyledi:

“Bizim gazeteler bayramda hapishanelerden fotoğraf yayımlar. Bu fotoğraflarda mahkumlarla çocuklar beraber yer alır. Bütün gazeteler yapar bunu. Gene

eleştirmek, suçlamak için söylemiyorum. İngiltere'de çocuğun yüzünü gösterebilen bir haber olamaz. Çünkü o çocuğun psikolojik durumunu, ertesi gün okula gittiğinde yaşayacakları hesaba katılır. Çocuk istismarıyla alakalı bir olay. Bunlara çok dikkat etmek lazım. Veya hasta olan, salgın hastalığa yakalanmış bir kişi haber olmaz. Şu anda ebola gündemde. Mesela 'Ayşe ebola şüphesiyle hastaneye kaldırıldı'. İngiltere'de böyle bir haber göremezsiniz. Belki ölürse yayımlanır, ancak yaşarken böyle bir haber görmek mümkün değildir.”

İngiltere'de mahkemeye çıkan bir zanlının, hatta mahkum edilmiş bir kişinin bile yayın yasağı hakkı olduğunu anlatırken de, “Bu yayın yasağı asla ihlal edilemez. Bizde bu uygulama yoktur. Suçsuz olsa bile - ki bir insan mahkeme süreci tamamlanmadan suçlu kabul edilemez- gazetelerdeki haberler nedeniyle zanlılar suçluymuş gibi gösterilir. Bu bizde yanlış olmayabilir, ama İngiltere'yle kıyaslandığında çok yanlıştır” diye konuştu.

Bakan senede bir konuşur

“Bizde siyasi haberler çok fazladır. İngiltere'de Dışişleri bakanı sabah akşam demeç vermez, senede bir-iki defa konuşur... Başbakan haftalık basın toplantısı düzenler, ama bu toplantıya kendi katılmak zorunda değildir. Siyasi muhabirler bir şey sormak isterse orada sorar. Bizde hemen hemen her gazetecide cumhurbaşkanının bile telefon numarası vardır” diyerek sürdürdü kıyaslamayı.

Cumhurbaşkanı veya başbakanın kabullerinin sürekli izlenmesinin ve haber yapılmasının KKTC'ye özgü bir durum olduğunu anlatırken de İncirli, “Bu anlamda TAK habercilik yapmıyor. TAK'ın habercilikle alakası yoktur. Ayda arada bir tane görüyoruz. TAK tamamen iktidar partilerinin propaganda sekreterliği gibi çalışıyor” iddiasında bulundu.

Oralarda gazetecilik kitaplardaki gibi...

İngiltere'de bir gazetede “Şehit Aileleri Derneği 4 gaziye madalya verdi” diye bir haber görülemeyeceğini vurgulayan İncirli, “Bunu eleştirmek veya suçlamak için söylemiyorum. Orası çok büyük bir ülke. Orada gazetecilik tam kitaplarda yazıldığı gibi yapılır. İsteyen gider çok ciddi gazetesini, isteyen gider gayri ciddisini satın alır” diyor.

Spor sayfalarını kıyaslarlarken, “İngiltere'de ciddi gazetelerde spor haberlerini okumak bile keyifli” diyen İncirli, “Burada bir spor yazarı dünyanın en büyük menajeri gibi davranır. Akıl verir. Doktorun yaptığı

ameliyatı beğenmedim der gibi... İngiltere'de o şans yoktur. Size gülerler” ifadelerini kullandı.

İncirli, “İngiltere'de köşe yazarları ya uzmandır ve konularıyla ilgili yazarlar, ya da 40 senelik gazetecidirler” diyerek kıyaslamalarını sürdürdü.

En büyük hayalim...

İngiliz gazetelerinden hiç kopmadığını, her gün okumaya çalıştığını, en azından ön sayfalarına bakmaya çalıştığını da anlattı İncirli ve ekledi...

“İngiliz gazetelerinin pazar sayıları, bütün bir pazar günü

okuyamayacağımız kadar çoktur. Ekleriyle birlikte yüzlerce sayfadır. Pazar günleri İngiliz gazeteleri için ayrı bir hayattır. Her İngiliz gazetesi 6 gün yayınlanır, pazar gazetesi aslında 7.'sidir. Özellikle Sunday Times'ı naylonun içinde almayı özlerim, eve gelirken bileklerimin ağrımını özlerim. O kadar ağır ve güzeldir... Ön sayfaların hastayım, çok tertipli ve düzenlidirler. Muhakkak yatak örtüsü, tentecik vardır. Yani, baktığımızda bizinkiler de tertiplidir ama... Tertiplediniz, düzenlediniz yatağı ama bir de çamaşırcık koydunuz üstüne... Ön sayfa, ön sayfa olmalı. Bizimki biraz karman çormandır. En büyük idealim bir gün bu ülkedeki bütün gazetelerin İngiliz gazeteleri gibi olabilmesi...”





Atilla KIZILTAN
akiziltan@sozcum.com

Gazetenin vitrinini başlık ve fotoğraf güzelleştirir

■ Sayfa tasarımı göz ile yayın arasındaki ilişkiye dayanır. O nedendir ki, sayfadaki görsel güzellik dengeli bir yapıyla oluşturulur. Bazen bir fotoğraf, yazıya gerek bırakmadan konuyu detayıyla anlatır

Türkiye'ye, daha doğrusu Osmanlı'ya matbaanın geç gelmesi, Avrupa-Türkiye arasında birçok alanda doğan farkı halen kapatamadı. Katıldığım çoğu konferanslarda, Türkiye'de matbaanın gelişimi konusunda söylemlerde bulundum. Öncelikle faydalı olabilecek bu bilgilerden bazı bölümleri sizlerle paylaşayım. Ağaç oyma tekniği kullanılan ilk matbaanın 593 yılında Çin'de kurulduğu, 700 yılında da ilk basılı gazetenin Pekin'de çıkarıldığı biliniyor. Kore'de ise matbaanın kullanıldığı yıl 1403.

Gelişmişlik makası açıldı

Avrupa'da ise matbaalar; Almanya, İtalya, Fransa ve İngiltere'de 1465-1475 yılları arasında, Amerika'da da 1640 yılında kuruldu. Osmanlı'nın hayatına ise Macar asıllı İbrahim Müteferrika ile 1726'da ilk kez bir sözlük basımıyla girmişti (Aslında İstanbul'da ilk matbaayı 1492 yılında Museviler açtı. Ancak burada İbranice eserler, Tevrat, dilbilgisi, tarih kitapları basılmıştı). Tabii bu yüzlerce yıllık aksamaya, bir de okuma-yazma oranı da eklenince, Avrupa-Türkiye arasındaki 'gelişmişlik makası', şimdilerdeki 'okuma alışkanlığı kazanamamış bir toplum' olma özelliğiyle daha da açıldı. Bugünkü anlamda ilk gazete 1609 yılında Strasbourg'da Almanca yayınlanan haftalık Avisa Relation der Zeitung iken, ilk Türkçe gazete

ise 1 Kasım 1931'de piyasaya çıkan Takvim-i Vakayi idi. İlk zamanlardaki 'kurşun matbaa/linotayp' döneminde gazetelerin genelde silme yazılı alanla kapalı olması, ilerleyen zamanlarda fotoğraf kullanılmasıyla farklılaştı. Daha sonra ofset tekniğindeki makineler 'linotayp'lerin yerini aldı. İlk rotatif ofset makine, 1907 yılında Almanya'nın Leipzig kentinde kullanıldı. Modern teknikteki bu matbaaların Türkiye'ye girişi 1950, ofset tekniğinde renkli basım gazetesinin doğum tarihi de 1968'dir. 1950 yılında kadar fikre dayalı olarak yayın yapan gazeteler, daha sonra haber-aktüelitate çizgisine kaymış, 1968 sonrası da halkın ilgisini çekecek, kısa sürede okunan bulvar gazeteciliğine dönüştü. Bu dönüşümde Avrupa'daki 'çoğu pazar günleri yayınlanan' magazin gazetelerinden esinlenildi.

Gazetelerin bilgisayarla tanışması

Renkli fotoğrafların çoğalması, sayfaların neredeyse tamamının renklenmesi, gazete yayınlama tekniklerinde de görsel güzeleğe ağırlık verilmesine ayrı bir anlam kazandırdı. 1980 yılında Türkiye'de yeni bir basın devrimi daha gerçekleşti. O yıl, İzmir'de yayımlanan Yeni Asır gazetesi, bilgisayar teknolojisi ile tanışmış, Türkiye'de bir gazete ilk defa bilgisayar kullanılmaya başlamıştı.

Geçmiş yıllarda bir gazetenin okuyucusuna ulaşabilmesi için haber merkezi dışında çalışan pek çok insana ihtiyaç duyulurdu. Gazetelerde bugün mevcut olan servislerin yanında pikaj, montaj, kalıp, renk ayırımı üniteleri de vardı. Teknolojinin her alanda gelişmesi yayıncılık alanında masaüstü yayıncılık dediğimiz bugün tüm yazılı basın kuruluşları tarafından kullanılan bir sistemle tanışmasına olanak sağladı.

Göz-yayın arasındaki ilişki

Dizgi ve baskı sistemleri, gazetelerin sayfalarını renklendirmekle, okuyucularına da bir albeni sunar. Her gazete vitrin sayfasında ve iç sayfalarda kendine özgü bir mizanpaj (Fransızca, la mise en page), yani sayfa düzeni uygular. Sayfa tasarımcısı sayfayı düzenlerken, sayfa içeriğinde yer alan bilgileri olabildiğince anlaşılır, okuma rahatlığı sağlayacak şekilde akıcı bir üslupla okura ulaştıracak olan mizanpajı yapar. Yayın türüne göre, geçerli olan genel ve diğer kuralları, tasarım ilkeleriyle birlikte uygular ve yaptığı tasarımla yayına farklılık ve canlılık kazandırır. Burada en önemli unsurlardan biri haber için verilen başlık, can alıcı olanı da fotoğraf seçimidir. Bazen bir fotoğraf, yazıya gerek bırakmadan konuyu detayıyla anlatır. Sayfa tasarımı göz ile yayın



arasındaki ilişkiye dayanır. O nedenledir ki, sayfadaki görsel güzellik dengeli bir yapıyla oluşturulur. Okuru rahatsız eden, karmaşıklıktan uzak veya belirlenen okur profilini beğenmesine hitap eden bir tasarım yapar. İlgi çekerek okuru yakalar. Kullandığı yazı karakterleri ile sayfada yer alan haberlere farklılık kazandırır. Bu görsellikle metnin önemini ortaya çıkarır.

En önemlisi zaman mevhumu

Zaman ögesi gazeteciler için her şeyden önemlidir. Her çalışma, o iş için ayrılan zamanda bitirilmek zorundadır. İyi mizanpaj, basit ve sade olmalıdır. Sayfayı bütün olarak görmek ve gerekli malzemeleri kullanmak gerekir. Fazla malzeme karışıklık yaratır ve okur üzerindeki etkiyi azaltır. Gazetenin logosu en önemli unsurdur. Logo net bir şekilde okur tarafından algılanmalıdır. Sayfa üzerindeki tüm öğelerin optik

merkezin sağına soluna, yukarısına ve aşağısına göre dengede olması anlamına gelir. Optik merkez okuyucunun sayfa üzerinde baktığı sayfanın matematiksel merkezinin biraz üstüne ve soluna denk düşen kısmıdır.

Sayfada denge eşit olarak dağıtılmalıdır. Fotoğraflar, başlıklar ve yazılar dengeli bir dağıtım gerektirir. Yazı karakterleri de sınırlı olarak kullanılır. Tasarımcılar çok çeşitli yazı şekli kullanmaktan kaçınırlar. Önceden belirlenen kurallar, karakter seçimi ve puntolamada kolaylıklar sağlar.

Okuyucular tarafından beğenilen yazarlar da gazetenin tirajını yukarıya taşır. Bu kişiler 1'den fazla olursa, okurun gözünde gazetenin kalitesini de tırmandırır. Okuma alışkanlığına tekrar vurgu yapacak olursak, bunun Türkiye-Batı arasındaki farkını şöyle özetlemek mümkün olabilir: Gelişmiş ülke ve birçok gelişmekte olan ülkenin halkları kentiçi yolculuklarında, başta metro olmak üzere toplu taşıma araçları ne kadar kalabalık da olsa, ellerinde kitap ya da gazete görmeniz

mümkündür. Bu nedenle de milyon adet satan gazeteleri yarım boy şeklinde 'tabloid' denilen ebattadır. Bu tür gazeteler bizde denenmiş ama çoğunlukla 'ilave' muamelesi gördüğünden, tutmadı.

Atilla Kızıltan kimdir?

Evli ve 2 çocuk babası Atilla Kızıltan 1953 İstanbul doğumlu. 1977 Gazetecilik ve Halkla ilişkiler Yüksek Okulu mezunu. 1975 yılında Ekspres'te başladığı meslek hayatını sürdürdüğü gazetelerden bazıları şöyle: Milliyet, Günaydın, Akşam, Güneş, Tercüman ve Bugün. 1992 yılında yaklaşık 1 yıl süreyle, KIBRIS gazetesinde çalıştı. Sekiz yıldan beri Sözcü gazetesinde Ekonomi Müdürü olarak görevini sürdürüyor.



Emine HOCA
eminehoca@yahoo.com

Medyalaşa(ma)mak

■ “Televizyonlarda görsellik” konusunda Eray Gündoğmuş, Doğuş Bozkurt, Uygur Erdim ve Cemal Yıldırım ile konuştuk...



■ **Gündoğmuş:**
“Televizyonlarda yayın yönetmeni, kurgucu, kurgu yönetmeni tüvey evlat muamelesi görüyor... Kanalların yayın politikası yok, akustik yok...”

■ **Bozkurt:** “Biz yaratıcılıkla uğraşmak yerine, teknik sorunları çözmeye çalışıyoruz”

■ **Erdim:** “Programlar, sunucular, formatlar hep aynı”

■ **Yıldırım:** “Yanlışları doğru olarak kabul edip uygulamada kolaycılığa kaçıyoruz. KKTC'de medya olduğuna inanmıyorum... Tek geçerli ölçüt siyaset... Özel kanallar BRT'nin kopyası”



Cemal Yıldırım

bütünleşmeli. Oysa bizde bu sıralamada, kuralına göre ve doğruyu yaptığımız tartışılır... Yanlışları doğru olarak kabul edip uygulamada kolaycılığa kaçıyoruz. KKTC'de medya olduğuna inanmıyorum. Biz Medyalaşamadık.

Konumuz “televizyonlarda görsellik”... Konuyu sonbaharın güneşli bir sabahında Lefkoşa'da Büyük Han'da masaya yatırdık. Grafik Tasarım ve Kurgu Yönetmeni Eray Gündoğmuş, Motion Grafiker Doğuş Bozkurt, Yönetmen Uygur Erdim ve Yapımcı-Yönetmen Cemal Yıldırım'la kahvelerimizi yudumlarken ne kadar zor, sorunlu, çetrefilli, olması gerekenden uzak bir alana el attığımızı fark ettik. Geniş yelpazenin daraltılamayacağında, bir biri içine geçen medyadaki olguların sorun yumağına dönüştüğünde hem fikir olduk. Sohbetimizde ortaya çıkan en temel nokta; **MEDYALAŞAMAMIŞ** olduğumuz...

Sohbetimiz sırasında KKTC'de rekabetin olmayışı, siyasallaşmış kanalların birbirinden farklı bir şey üretmediği, reklam pastasında klişeleşmiş sıkıntıların aşılamadığı, yapılan işlerin medya patronlarının politize olmuş bakış açısıyla sıfırlanabildiği, bu temel sıkıntılar arasında yaratıcılığın yok olup gittiği yüzümüze çarpan gerçekler oldu. Keyifli sohbetimizi, keyfiniz kaçmadan okumanız dileğiyle...

Yaratıcılık yerine sorunu çözmeye çalışıyoruz...

Cemal Yıldırım: Ekran; dekor, ışık düzeni, ekran yüzü, yerleştirilen objeler, kameralar ile derinliği olan bir kutu. Grafik ve rejii ile

Doğuş Bozkurt: Televizyonda görsellikten konuşuyorsak, burada özgünlük önemli. Televizyon ekranı için ürettiğin videolar, grafikler öncelikle sürdürülebilir, uygulanabilir olmalı. Biz yaratıcılıkla uğraşmak yerine, teknik sorunları çözmekle uğraşıyoruz. Televizyonlarda grafik animasyonun önemi anlaşılmış değil. Örneğin kurumsallaşmış, dünyadaki örneklerinde olduğu gibi Grafik Animasyon birimleri yok. NTV'de çalışanların yaklaşık üçte biri Grafik Animasyon biriminde görev yapar. Bu kadar önemlidir. Bizde ise bu işi ya bir ya iki kişi yapmaya çalışır.

Tek ölçü siyaset... Programlar, sunucular hep aynı...

Cemal Yıldırım: Sadece grafiklerin iyi olması bir şey ifade etmiyor ki! Ekran yüzü iyi değilse, o an ekranda görselliği ve grafiği süper olan bir program olsa bile, ekran yüzünden yani programı sunan kişiden dolayı programı izlemez, kanalı değişirsiniz... Böyle örnekler bizim televizyon yayıncılığımızda çok. "Yine mi bu adam yahu ama" dediğiniz çok olmuştur eminim... Medya politize olmuş. Siyasetin icazeti var. Dünyada medyayı şekillendiren reyting, bizde izlenme oranları diye bir şey yok! Rekabet yok! **TEK GEÇERLİ ÖLÇÜ "SİYASET"**

Uygur Erdim: Yaptığımız işler çok iyi olsa da tek başına bir şey ifade

etmiyor. Gece gündüz çalışıp ürettiğin iş yayında medya patronlarının müdahalesi ile karşılaşabiliyor. Yeni yayın dönemleri ise ezberden başka bir şey değil! Yenilenen sadece grafiklerdir; KJ'ler, renklerdir. Programlar, sunucular, formatlar hep aynı.

Yayın yönetmeni üvey evlat...

Cemal Yıldırım: İlk olarak Genç TV'nin ve devamında diğer özel kanalların açılması başlarda biz TV profesyonelleri açısından heyecan yaratmıştı. Farklı programlar, diziler, farklı anlayış sabırsızlıkla beklendi. Ama maalesef sektöre yenilik getiremediler. Özel kanallar BRT'nin kopyası oldu.

Eray Gündoğmuş: Bugün televizyonda görsellikte sadeleşmeye geçildi. Sesler, renkler sadeleşiyor. Böyle kurumsallaşılıyor. Televizyonlarda yayın yönetmeni, kurgucu, kurgu yönetmeni tam anlamıyla üvey evlat muamelesi görüyor. Ne kadar en iyisini, en yaratıcı olanı yapmaya çalışsan da bizde anlayış masa, sandalye ve oturan insanlardan öteye gitmiyor.



Doğuş Bozkurt



Eray Gündoğmuş

Kanalların yayın politikası yok, sound yok, akustik yok.

Starımız bile yok...

Cemal Yıldırım: Tüm kanallarda hep aynı yüzler. Programlar kısır döngü. Mesela bizim ülkemizde bir televizyon starı var mı; yok. Bu, sektörün gelişmediğinin, gelişemediğinin bir göstergesi. Gelişen tek bir şey var; siyaset. O da "yoz" tarafa doğru kaymış durumda. Bu yüzden televizyon starlarımız da doğal olarak hep siyasiler...

Doğuş Bozkurt: Özel televizyonların gelir kaynağı reklamlar olmalı. Ama bizde reklam piyasası oluşturulamıyor, çünkü izlenilirlikle rekabet edemiyorsun. Telif hakkı yok, yasa yok... Özel televizyonlar devletten katkı alıyor. Bu bağımlılıkta herhangi bir eleştiri de barınmaz ki!

Reklam, reklam... Hep aynı

Uygar Erdim: Reklam konusu gerçekten sıkıntıların başında geliyor. Tüm kanallarda aynı reklamlar, aynı sesler aynı format. Televizyon kanallarının reklam prodüksiyon işine girmeleri büyük yanlış. Bu konu özele bırakılmalı.

Cemal Yıldırım: Reklam konusunda tam bir çıkmazdayız. Eskiden BRT olarak TRT ve Star TV'yi yansıtmaya başladığımızda, reklam girince yayın kesilir ve kendi reklamlarımızı yayınlardık. Böyle bir anlaşma vardı. Bu uygulamaya devam edilebilseydi en azından ilk başlarda reklam sektörü televizyon reklamları açısından bir temel olabilirdi. Bu nasıl oldu da uygulamadan kalktı, bilemiyorum.

Eray Gündoğmuş: Reklamlar konusunda yanlışlar silsilesi içindeyiz. Tek gelir reklam pastası. Devletin katkısı. Ancak bu katkı daha iyi yayıncılık için kullanılmıyor. Daha iyi mikrofon, daha donanımlı bilgisayar ya da daha güvenli araba, çalışan için daha iyi maaş...

Uygar Erdim: Biz medyalaşamadık. Haber kanalı formatlı kanallar var mesela, muhabirleri yok! Özel haberleri yok. Türk Ajansı Kıbrıs (TAK)'dan alınan haberler stüdyoda okunuyor.

Görsellik ekip işi...

Eray Gündoğmuş: Televizyonlarda iyi ya da kötü rekabetin oluşması lazım. Tüm kanallarımız uyduda ama hangisi o kalitede..! Günü kurtarmak için devam eden masa sandalye programları sürdüğü sürece biz ne kadar süslesek, görselliği geliştiresek de yapabileceğimiz fazla bir şey olmuyor.

Doğuş Bozkurt: Televizyonda görsellik ekip işidir. Herkes kendi rolünü tam yapmalıdır. Görsellik tek başına bir şeyleri kurtaramaz.

KKTC'de zamana uygunluğu, teknolojiyi yakaladık ama görsellik geliştikçe içerik boşaldı, görsellik anlamını yitirdi.

İmkansızlık söylemiyle iş yapmama kader... Araftayız...

Uygar Erdim: Televizyonlarda görsellikte kalite düşüklüğünde medya patronlarının öncelikli sorumluluğu var. İmkânsızlıklar söylemi arkasına saklanılarak iş yapmama ülkede her alanda kaderimiz oldu. Küçük adımlarla kendimize çekidüzen vermeliyiz.

Cemal Yıldırım: Kıt imkânlarla bir şeyleri başarma moduyla içerikten uzaklaşıyoruz. Mesajları veremiyoruz. İyiyi nasıl yakalayabiliriz, bunları tartışmıyoruz. Yayıncılığın gelişmesi için telif hakları, rekabet koşulları gibi sıkıntılar çözülmelidir. Arafta'yız, aradayız... Arafı nasıl geçeceğimizi konuşma zamanı geldi.



Uygar Erdim

Medyada yatırım da görsellik de yok



Sefa KARAHASAN
sefakarahasan@gmail.com

- **Kıbrıs Türk medyası içerisinde 15'inci yılıma giriyorum. Bazı izlenimlerimi rahatlıkla aktarabilirim.**

Kuzey Kıbrıs'ta görev yaptığım basın-yayın kuruluşlarında ilk göze çarpan eksiklik çalışanlara, teknolojiyle 'yatırım' yapılmaması. Kalifiye yerine 'staj adı altında' öğrenciler medyada çalıştırılıyor. Öte yandan gazetecilikte bazı görsel aksaklıklar da göze çarpıyor. Söz gelimi yazılı/basılı medyada sayfaların 'haberlere göre veya okuyucuya en iyi görseli sunma' şeklinde değil, 'yapılsın bitsin' mantığı ile hazırlandığını rahatlıkla söyleyebiliriz.

Buna paralel sayfalarda kullanılan fotoğraflar, haberle ilgili olmasa bile yayına girebiliyor. Bir gün sonra ise yani gazete basıldığında o sayfada hata olması, söz konusu kurumda bir 'değişiklik' yaratmaz. Olası bir 'toplantıya' neden olmaz. Sadece sayfacıya 'daha dikkatli ol'

denir, biter.

Sayfacılar ve editörlere yatırım yapılmadığından, 'hatalar doğal olarak kabul edilir'...

Televizyonlar açısından da durum farklı değildir.

Bir iki stüdyo, kurulu kamera... 'Aynı renkler', 'aynı dekor' ve açılarla yapılan yayınlar...

Haberler gazetelere olduğu gibi TV bültenlerine de TAK'ın verdiği şekliyle yansır. TV'de görseli düşündüğümüzde, yıllar önce arşive alınmış görüntülerin şimdi bile kullanılması şaşılacak bir durum değildir.

Haber merkezlerindeki eksikler nedeniyle, TAK'ın geçtiği fotoğraflar ile 'görsel alanda' haber yapılmaktadır. Zaten TV'ler genellikle haber merkezlerine

yatırım yapmayı düşünmez. Muhabir ve editör alanında TAK, bütün medyaya 'beleş' haber servis ettiği için de değişim' gündeme gelmez.

Ayrıca TAK bültenleri de daha ziyade 'kent bültençiliği' dediğimiz 'kabul ve basın açıklaması' ağırlıktadır.

Kuzey Kıbrıs medyası iç içe pek çok sorun yumağı halinde tuhaf bir ahenk arz etmektedir. Son olarak şunu vurgulamak gerekir ki, Basın-Sen ile Gazeteciler Birliği, medya patronları ve reklam yarası konusunda hükümet üzerinde baskı oluşturamaz ise bu aksaklıkların düzelme şansı yoktur. Özel sektörde çalışan meslektaşlarımız, zor şartlar altında 'en iyisini' yapmaya çalışacaktır.

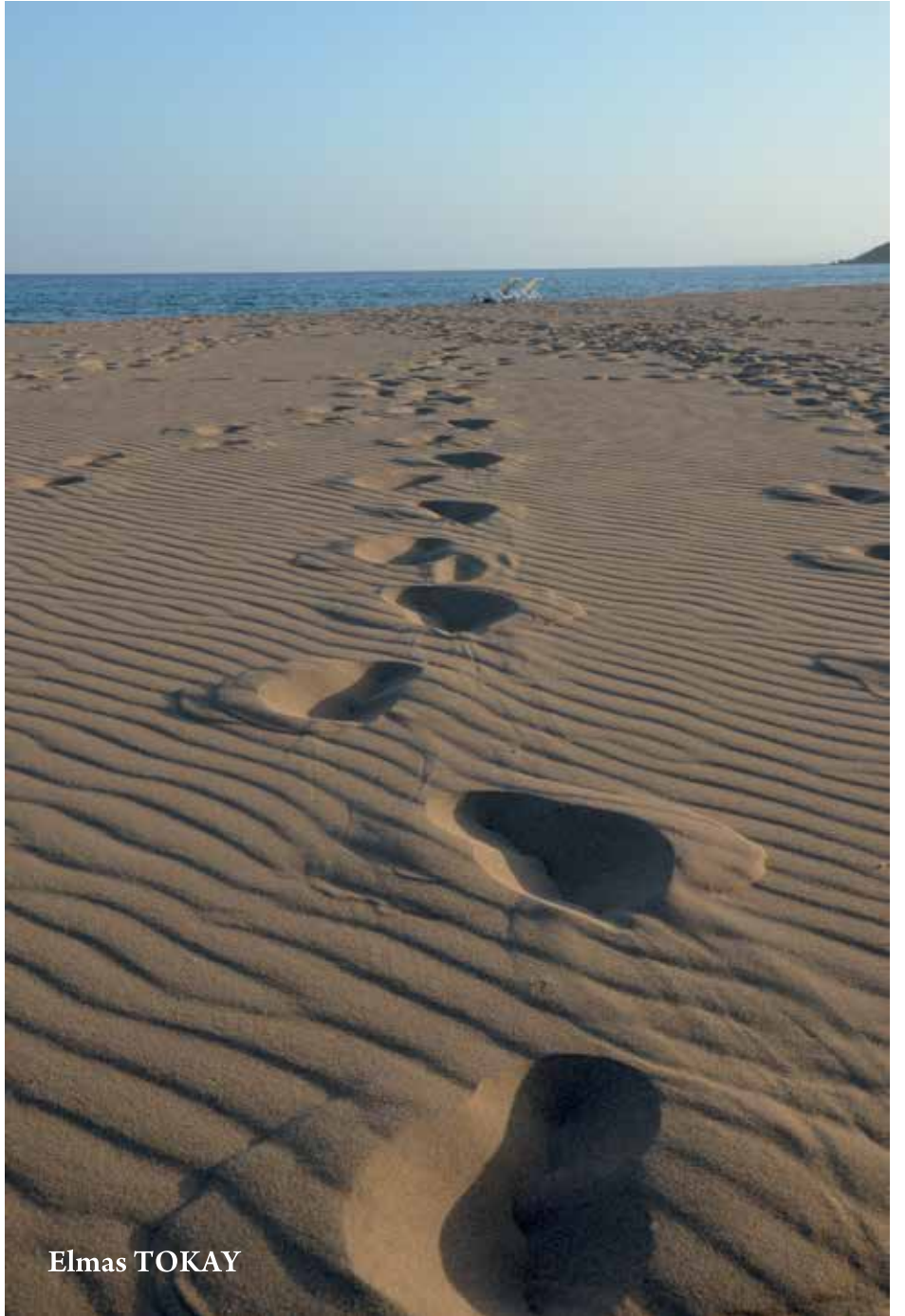


Gazi YÜKSEL
gaziyuksel@yahoo.co.uk

Foto muhabirliği ruhu

Haber fotoğrafı belirli bir bilgi birikimi sonucu şekillenir. Kimlik, ilişki, çelişki, nicelik ve nitelik gibi özellikler bu bilgi birikiminin önemli unsurlarıdır. Bu nedenle foto muhabirinin tanıklığıyla oluşan fotoğraflar sadece o durumu değil, o durumun ruhunu da yansıtırlar aslında. Foto muhabirliği ruhu diyebileceğimiz bu ruh hali sadece haber fotoğraflarıyla da sınırlı kalmaz. Bu ruh o kimliğin hakkını verenlerin kamerayı doğrulttukları her konuda kendini hissettirir. Tıpkı sihirli bir değnek gibi.

Kıbrıs Türk basınında hizmet vermekte olan foto muhabirleri de aynı ruhu taşırlar. Onların alt yazıya gerek duymaksızın okuyabildiğimiz fotoğrafları tecrübeleri ölçüsünde bu ruhun nasıl vücuda geldiğini de açıkça göstermektedir.



Elmas TOKAY



İbrahim ERBEN



Süleyman ÖNAL



Burçin AYBARS



Elmas TOKAY



Didem MENTEŞ



İbrahim ERBEN



Süleyman ÖNAL



Ahmet VAMIK



Burçin AYBARS



Burçin AYBARS



Süleyman ÖNAL



Didem MENTEŞ



Ahmet VAMIK



Süleyman ÖNAL

Mesarya
ajans

FARKLI OLMAK, FARK YARATMAKLA BAŞLAR



Lefkoşa Merkez:
1.Sok. No:41
Taşkınköy
Tel: 225 65 95 - 96

İskele Şube: Karpaz Yolu,
Cyprus Garden Karşısı
Bereket Sok. No:5 / İskele
0533 851 92 00 - 0533 845 48 40

DÜNDEN BUGÜNE GAZETELER



Fatma ARPALIKLI
fatmaarpalikli@yahoo.com

- Medya Dergisi'nin gazetelerle ilgili dosyalarını yayımlamaya yeni sayımızda da devam ediyoruz. Bu dosyayla hem kurulduğu günden bu yana ayakta durabilen gazetelerin mücadelesini sayfalara taşıyoruz, hem de tarihe bir iz düşüyoruz. En eski gazete Halkın Sesi ve Kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denktaş'ın ilkelerini savunan Demokrat Bakış gazeteleriyle başlayan yolculuk, ikinci en eski gazete Yenidüzen ve Annan Planı referandumu döneminde yayım hayatına başlayan Volkan gazeteleri ile devam etmişti. Bu sayıdaki durağımız ise, Vatan ve Havadis gazeteleri.
- Gelenekselci ve yenilikçi iki yüzle tanışacağınız bu sayımızda, her iki gazetenin de en önemli ortak özelliği, başlarında deneyimli ve medyaya yön veren iki gazetecinin olması.
- Vatan gazetesi 23 yıllık geçmişiyile, kurulduğu günden bu yana ilkelerinden ödün vermeyen, teknik açıdan teknolojinin en gelişmiş şekilde uygulanmasına rağmen geleneksel içeriği sürdüren bir medya organımız.
- Havadis ise, 'gazetecilerin gazetesi' olma belgisiyle 2009'da yola çıkarak 5'inci yılını geride bıraktı. Adını geleneksel bir sözcükten alsa da, yüzünü hep yenilenmeye ve gelişmeye çevirmiş durumda.



23 yıllık geçmişiyle aile gazetesi **VATAN**



Siyasi parti liderleriyle açık oturum - 1979 / Halkın Sesi

Vatan gazetesi, kurulduğu 1 Mayıs 1991'den bu yana 24 yıldır 'günlük bağımsız gazete' ilkesiyle yayınlarını sürdürüyor.

1 Mayıs günü Şirketler Mukayyetliği'nde aile şirketi olarak kaydı yapılan gazete, 4 Mayıs'ta yayımlanmaya başladı. Gazetenin basımının cuma gününe denk getirilmesinin nedeni, haftalık gazetelerin cuma günü basılması geleneğiydi. Zira gazete ekim-kasım aylarına kadar, yani yaklaşık 6 ay boyunca haftalık olarak basıldı.

Vatan gazetesi, kendine ait bir matbaası olmaması nedeniyle 9 yıl

boyunca Halkın Sesi, Kıbrıs Postası gibi birçok gazetenin matbaasında basıldı. Gazete, sahibi Erten Kasımoğlu ve eşinin emekliye çıkmasının ardından ilk matbaa makinesine kavuştu. Kasımoğlu'nun, çocuklarının ve damadının da gazetecilik alanında eğitim alarak kendilerini yetiştirmesiyle birlikte Yorum Yayıncılık Limited Şirketi, tam bir aile kadrosuyla yaşamını sürdürmeye başladı. 17 çalışanın çoğu ise ağırlıklı olarak teknik personel. Haber ve spor servisi elemanlarının yanı sıra, köşe yazarları da ya akademisyen ya da alanında uzman kişiler.

Vatan, Kasımoğlu'nun hayalindeki isimdi

1971 yılından bu yana süregelen meslek yıllarında kendi gazetesini çıkarma hayalini kuran Erten Kasımoğlu, o günleri anımsarken duyguluydu: "Vatan adını koyduğum örnek gazeteler de yapıyordum. Milli mücadele yıllarının içinden gelmiş insanlar olarak özellikle bizim kuşağın ciddi anlamda vatana bağlılığı vardır. 'Kıbrıs bizim vatanımız' veya 'Türkiye Anavatan' gibi... Gazetenin de çıkış yılı KKTC'nin ilanından sonra, devlete sahip çıkma duyarlılığının yoğun olduğu, yazılarımda kendimde bir öncülük hissettiğim yıllardı. Kendimi öncü bir gazeteci olarak görüyordum. Bağımsızlık ilan edildiğinde Kıbrıs Postası'nın genel yayın yönetmeniydim ve İngiltere'ye gidip, oradaki Türkleri harekete geçirmek için bir dizi röportaj ve araştırma yapmıştım. Gazete olarak KKTC'nin ilanında ciddi anlamda Kurucu Cumhurbaşkanı'na destek verdik. Bu nedenle o misyonun da verdiği heyecanla, adını Vatan koydum." Erten Kasımoğlu, Kıbrıs Türk halkının toplumsal varoluş mücadelesinin sesi olma ilkesi ile uyumlu bir isim olan gazetenin 23 yıldır bu çizgiden, ulusal davaya bağlılık ve Kıbrıs Türkü'nün



Kurucu Cumhurbaşkanı Denktaş ile röportaj - 1986 / Kıbrıs Postası



çıklarlarının korunarak kurulan devletin varlığının sürdürülmesi ideolojisinden taviz vermediğini de vurguladı.

Ülke koşullarında diğer gazetelerin yaşadığı ekonomik ve yapısal zorlukların Vatan gazetesi için de geçerli olduğunu dile getiren Kasımoğlu, “Ama biz bunu bir aile şirketi olma avantajını kullanarak aşıyoruz. 18 saat çalıştığımız gün de oluyor. Bunu da seve seve yapıyoruz” dedi. Meslek hayatında 45’inci yılında olan Erten Kasımoğlu, bir süre önce yaşadığı kalp rahatsızlığı sonrası gazetenin tüm hisselerini 3 çocuğuna devretmiş. Gazetenin geliri klasik anlamda gazete satışlarına dayansa da, reklam ajansları ve ticari şirketler ile üniversitelerden gelen reklamlar ve matbaada gazete dışında yapılan baskılar gazeteye gelir olarak dönüyor. Vatan’ın yayına ilk başladığında 3 binlerdeki tirajı bugün 2 binlerde seyrediyor. Lefkoşa içi abonelere dağıtım yapıldığı gibi, yurt dışındaki bazı okurlara da postayla gönderiliyor. 32 sayfadan oluşan gazete, günlük spor eki ile birlikte 38 sayfaya kadar çıkabiliyor. Gazetenin internet sayfası da takip edilen ve güncellenen bir

konumda varlığını sürdürüyor...

Vatan Gazetesi’nin bağlı olduğu Yorum Yayıncılık bünyesinde gazeteden bağımsız hareket eden Capital Radyo ise, özellikle gençlere yönelik yayınlar yapıyor. Gazetenin sahibi Erten Kasımoğlu’nun deyimiyle Vatan Gazetesi, Kıbrıs Türk basını içerisinde en büyük arşive sahip yayın kuruluşlarından biri. 1960-70’lerden günümüze kadar Kıbrıs’ta yayınlanan gazetelerin ciltlerinden özellikle üniversite öğrencileri yararlanıyor.

Yıllardır mürekkep yutan Erten Kasımoğlu’nun geçmişini biraz

parti liderlerini bir araya getirerek yazılar yazar, gazetelerde yayınlardım. Kıbrıs sorunu... Çalışan kadınların sorunları... Gençlik sorunları... Dönemin Sanayi Holding’inin yaşatılmasıyla ilgili açık oturumlar... Siyasi parti liderlerini bir araya getirdiğim toplantıda, iki toplum arasında ekonomik ve sosyal ilişkilerin geliştirilmesi gerektiği belgesi, BM belgesi olarak yayımlandı. İki toplumlu ilişkilerin temeli ondandır... Yayıncılığın topluma fayda getirmesini ben o yıllarda gördüm ve mesleğim en verimli yılları olarak görüyorum bunları. Kıbrıs Türk basınında emek bana göre budur”.

Erten Kasımoğlu, Kıbrıs Türk basınının hangi ideoloji ve düşünce ile ilkeye sahip olursa olsun, Kıbrıs Türk halkının bu coğrafyada vermiş olduğu mücadeleye önderlik ettiğine inanç belirtti ve “Kıbrıs Türk basını demek, Kıbrıs Türk mücadele tarihi demektir” ifadelerini kullandı.

Hatıralar, belgeler ve ödüllerle dolu 45 yıl



CTP Genel Başkanı Özker Özgür ile röportaj - 1983

eşleyince, nostalji tüten cümleler döküldü ağzından: “Ben hayatta başka iş yapmadım. Kimisi öğretmen ya da doktordur ve gazetecilik de yapar. Ben mesleğe doğrudan 2 yıllık eğitimin ardından 1971’de Halkın Sesi’nde başladım ve o günden bu güne hiç başka iş de yapmadım. Meslekte birçok ilki de gerçekleştirmiş gazetecilerden biriydim. Bizim yıllarımızda televizyonlarda açık oturum, tartışma programları yoktu ve ben 1970’li yıllarda

Kasımoğlu ile röportajımız sırasında, bir duvarı boydan boya kaplayan fotoğraf ve hemen yanındaki rafları dolduran ödül ve belgelere bakmaktan kendimi alamıyorum. Kasımoğlu, hemen



Sendika başkanları ile röportaj - 1983 / Kıbrıs Postası

ayağa kalkıyor ve hem fotoğrafları, hem de ödülleri tek tek anlatıyor.

Kasımoğlu, “1960'dan 1987'ye kadar Kıbrıs'ta 25 Aralık Basın Günü olarak kutlanıyordu. O günü kutlanma nedeni 'Zaman' gazetesinin yayım hayatına atıldığı gün olarak kabul edilmesiydi. Daha sonra belli araştırmalarla 'Saded'in daha önce yayınlandığı görüşü üzerine Basın Günü 11 Temmuz'a alındı” diye anlattı. Makale yazımında ilk birincilik ödülünü 1971'de Osman Örek'ten aldığını da ekledi.

1974 öncesi Kıbrıs Türkü'nün geçmekte olduğu zor koşulları da dikkate alarak, halkın moralini yüksek tutmak için Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti olarak 25 Aralık Basın Günü balosuna Türkan Şoray'ı davet ettiklerini anlatan Kasımoğlu'nun, o günlere duyduğu özlemi gözlerinden okunuyordu.



CN Cahit Necipoğlu

“Siz Hayal Edin, Biz Yaratalım”

Adres: 37, Şht Ecvet Yusuf Cad. Yenişehir / LEFKOŞA
 Tel: + 90 392 228 31 45 - +90 392 228 69 25 Fax: + 90 392 228 39 70
 e-mail: gokhan@necipoglu.com web: www.necipoglu.com
 Bilgi hattı: +90 392 444 1907

'Gazetecilerin gazetesi' sloganıyla yaşam bulan HAVADİS



Gazetecilerin Gazetesi HAVADİS

Havadis gazetesi 'gazetecilerin gazetesi' olma ilkesiyle çıktı yola... 14 Şubat 2009'da, Sevgililer Günü'nde okuyucuyla buluşan Havadis gazetesi, 48 sayfa olarak yayınlanıyor.

Poli Investment Şirketi'nin sahibi olduğu gazetenin Genel Müdür ve Genel Yayın Yönetmenliği'ni deneyimi gazeteci Başaran Düzgün yürütüyor.

Sözlerine “Yarının ne olacağı hiç bilinmiyor” diyerek başlayan Düzgün, gazetenin kuruluşunu, “Buna dinler kadar bilim de rastlantı der. Bizim yolculuğumuz bir rastlantı üzerine başladı” ifadeleriyle tanımladı.

İnsan yaşamında kader ve coğrafyanın belirleyici olduğuna dikkat çeken Düzgün, “Havadis, bir rastlantının ürünüdür. Ama bu, bir sabah uyandık ve hayatımız değişti türünden değil... Herkesin, her gazetecinin bir hayali var...” ifadelerini kullandı.

Uzun yıllar çalıştıktan sonra, bulunduğu noktada 'özgür' olmadığını ve hep bir onay makamının, çalışılan yere göre sahiplilik unsurunun olduğunu fark ettiğini anlatan Düzgün, “Acaba tamamen bizim kontrolümüzde bir gazete mümkün mü” diye sormaya başlamış.

Havadis gazetesinin nasıl kurulduğunu sordüğümüzde, “Kıbrıs gazetesinin yaklaşık 8 yıl yazı işleri, 2 yıl da haber

müdürlüğünü yaptım. 10 yıllık emek verdim. Bu emek vermişliğin hürmetine birkaç şey söylemek istiyorum” dedi ve şunları kaydetti: “Sanki gazeteler, sahiplerinin malıdır ve o sahipler her istediklerini yapabilir, yazabilirler. Bir gün çıkarları gereği başbakan 'tuu kaka' iken, ertesi gün 'mükemmel' lider olabilir. Ya da ekonomik çıkarları çerçevesinde X şirket iyi, Z şirket kötü olabilir gibi sakat bir anlayış vardı. Biz bu anlayışla mücadele ettik...” Bir gazetede köşe yazarının olmamasını 'demokrasi dışı' diye niteleyen Düzgün, “Tüm angajmanlar daha çok patronun hayatını yürütmesiyle ilgiliydi. Oysa okuyucu odaklı yayın yapılması gerekir” dedi. Kıbrıs gazetesinden ayrılmasını



anlatırken de Düzgün, “Gazetenin sahipliği ile ilgili bir dizi sorunlar yaşadık... 31 Aralık 2008 akşamüzeri veda ettik” dedi.

Yeni bir gazete çıkarma konusunda heves ve isteklerinin olmasına karşın, yer mekan ve mefruşat noksanlığı gibi bir çok sıkıntı

yaşadıklarını aktaran Düzgün, sermaye gücü ve kadronun oluşmasıyla birlikte Havadis'in çıktığını kaydetti.

Niye Havadis?

Başaran Düzgün'e göre, kurulan yeni gazeteye bir isim vermek işin en zor kısmıydı...

“Yazı yazar, başlığını koymakta zorlanırsınız. Okuyucu başlığı okur, fikri olur. O isim onu ne kadar karşılayacak..! Benim tercihim Dünya'ydı. Israr da ettim, hatta logo da yaptım. Başka isimler de konuşuldu; Atılım, Şafak, Günaydın gibi... Sonra bir arkadaş 'eskiler Havadis lafını çok kullanır' dedi. Bu da eskiyi çağırıyordu ve biz yenilikçiydik. İnternette bir araştırma yaptık ve bu ismin yaygınlığını gördük; Havadis'te karar kıldık...” İlk günlerde okurların 'bunlar ne yapıyor' merakı içerisinde 2'nci gazete olarak Havadis'i aldığını anlatan Düzgün, ciddi bir risk alarak gazetenin satış fiyatını artırdıklarını ve okuyucuyu tek gazete tercih etmek zorunda bıraktıklarını anlattı. “Bu risk tuttu” diye de ekledi...

Televizyon yakında...

Müdür ve Genel Yayın Yönetmeni Başaran Düzgün'e, ülkenin içerisinde bulunduğu ekonomik ve mali durumla nasıl mücadele ettiğini sorduğumuzda ise yanıtı netti: “Kişisel olarak soruyorsanız günde bir kez aldığım tansiyon

hapını ikiye çıkardım. Hareketsizlikten kilo aldım”. Havadis'in Poli adlı yaygın pazar ekine değinirken, “Pazar gazeteciliğini ülkeye biz kazandırdık” diyen Düzgün, Havadis Radyo'nun da yaygın bir yayın ağıyla faaliyette



olduğuna işaret etti. Düzgün, “Yakında yeni binamızla birlikte televizyonumuz da olacak. Yeni bina, Lefkoşa'da Sanayi Bölgesi'nde inşaat aşamasında. Bu yıl içerisinde inşaatı bitirerek taşınmayı hedefliyoruz. Televizyonun uydu frekansı için Turksat'a başvurumuz var. Gelecek yıla bir televizyonla izleyiciye ulaşacağız. Adı da CBC (Cyprus Broadcasting Channel) olacak” dedi. Havadis

gazetesinin yurt dışı bağlantılarına da değinen Düzgün, “İstanbul'da temsilciliğimiz var. Ankara'da ofis açtık. Ankara'nın Kıbrıs Türk halkının yaşamı üzerinde etkisi var. Bunu olumlu, olumsuz sayanlar olsa da; sonuçta etkisi var” ifadelerini kullandı.

Havadis gazetesinin konvansiyonel medyaya dönüştüğünü ve çok satan gazete pozisyonunu sürdürdüğünü dile getiren Düzgün, tabloidin dışında büyük boy yeni bir gazete düşüncesini de paylaştı.

Kalbimiz kırık

Havadis gazetesinin oluşum sürecinde en büyük vefasızlık ve kötülüğü meslektaşlarından gördüğünü de söyleyen Düzgün, “Bu anlamda da kalbimiz kırıktır. Kıbrıs medyasının içerisinde bulunduğu durum rezalettir” diyerek sözlerini tamamladı.

Havadis gazetesinin 4 bin 728'le başladığı tirajı bugün 4 binlerde seyrediyor. 25 personelle kurulan gazetenin bugün 70 çalışanı var. Bu çalışanların 30'u sürekli, geriye kalanları yarı zamanlı (part-time) olarak hizmet veriyor.

Havadis gazetesine güncel olarak, www.havadiskibris.com adresinden de ulaşılabilir.





Rahme ÇİFTÇİOĞLU
rahmeçiftcioglu@gmail.com

Memleketin en meşhur polis muhabiri: İBRAHİM ÖZDAMLİ

■ “Çocukluğum çok da güzel geçmedi. Babam, ben 3 yaşındayken öldü. Çalışmaya başladığımda 7 yaşındaydım. Dayımın yanında çıraklık yaptım, kumaş dükkânında çalıştım, Bel Cola'da hamallık yaptım, inşaatlara gittim. Aç kalmadık ama öyle refah bir hayat da yaşamadık yani...”

İbrahim Özdamlı ile yapacağım röportaj öncesinde Ali Baturay'a mesaj gönderdim, kopya istedim.

Ali Abi, her zaman yanıt vermeye çalışır mesajlarıma; hayat öykülerini ne kadar sevdiğimi, onlardan nasıl etkilendiğimi bilir. Gece geç vakitte attı, sabah aldım mesajını.

Şunları yazdı:

“Özdamlı, memleketin en meşhur polis muhabiridir. Eski polis olduğu için polisiye konulara en kolay ulaşan, en doğru bilgiye ulaşan kişi olarak isim yaptı. Kıbrıs Gazetesi'nin fotoğraf atölyesinin (karanlık oda) sorumluluğunu yaptı. İyi bir foto muhabiridir aynı zamanda. Özmen Yılancılar'ın ilk ustasıdır. Özmen'i mesleğe o kazandırdı. Kıbrıs Gazetesi dışında başka gazetelerde de çalıştı. Hatta yöneticilik de yaptı. İlerlemiş yaşına rağmen önemli polisiye olaylarda hep olay yerindeydi. Cinayet, yangın gibi...”

“Yetim kaldığımda 3 yaşındaydım”

Güzel ve huzurlu sohbetlerin evi

■ “O dönemde Kıbrıs Gazetesi yayın hayatına başlayacaktı. Mehmet Ali Akpınar'a teklif götürdüm ve part-time olarak gazetede çalışmaya başladım. Şimdiki gazetelerle kıyaslanamayacak bir oluşum vardı Kıbrıs Gazetesi'nde. Hem maaş, hem refah, hem de çalışma sistemi konusunda”

Büyük Han'da buluştuk İbrahim Özdamlı'yla. Önce çocukluğundan konuşmaya başladık. Zor günler geçirmişti belli ki, hüzünlendi ve gözlerini kaçırdı hatırlarken geçmişi.

Şöyle söz etti o yıllardan:

“1951'de Ortaköy'de doğdum. Ortaköy, 10 kerpiç evin olduğu ayrı bir köydü o zaman. Annemin adı Havvalı, babamınki Mustafa'ydı. Esin adında bir ablam, Şakir adında bir kardeşim var. Babam at arabasıyla inşaatlara kum, çakıl taşırdı. Siroz oldu, genç yaşta öldü. Yetim kaldığımda 3 yaşındaydım. Çocukluğum çok da güzel geçmedi. Ortaköy'de 2 odalı bir evimiz vardı. Bir odasında ineğimize bakardık. Annemle babamın aileleri varlıklı insanlardı ama yetim kalınca bu imkânlardan yararlanamadık. Babam öldükten sonra annem Kermiya'daki İngiliz evlerine temizliğe gitmeye başladı. Otellerde de temizlik yaptı. Dul bir kadın için çok zordu bunlar.”

“Okulda pek başarılı değildim”

“Ekonomik sıkıntı çektiniz mi?” diye

■ “Biz iyi şartlarda yetiştirildik ve gazetecilik yaptık, soytarıklık değil. Şimdi yaptığımız gazetecilik değil, maalesef değil. Ben bir haberin peşinden aylarca koşardım ve bunu Akpınar dahi bilmezdi. Şimdi, hiçbir araştırma yapılmaz, araştırmacı gazeteci kalmadı...”

sordum. Annesine rahmet okuyarak başladı cümlesine İbrahim Özdamlı; “Aç kalmadık ama öyle refah bir hayat da yaşamadık” diyerek, ekledi:

“Ben 7 yaşındayken annem Abbas Yamantürk ile ikinci bir evlilik yaptı. Üvey babam olduğunu bilmeyen, mahallede onu asıl babam zannedenler vardı. Bize hiç üvey babalık yapmadı. Yaramaz bir çocuktum ben. Okulda da pek başarılı değildim. İlkokula Ortaköy'de başladım. Hüsnü Özel adında öğretmen bir dayım vardı. Bodamya'da öğretilirdi. Bekardı diye ablamla beni yanına almıştı. İlkokulun bir kısmını orda okuduk. Sonra Lefkoşa'ya döndük. Çalışmaya başladığımda 7 yaşındaydım. Lefkoşa'nın meşhur dülgerlerinden Şakir Özel dayımdı. Onun yanında işledim, ayak işleri yapardım. Dayılarım bize destek oldu çok. Limasol'da bir dayım vardı, Mehmet Özel. O da tatillerde alır bizi Limasol'a götürürdü. Memduh Erdal yeğenimdi, kumaş dükkânı vardı çarşıda, orda da çalıştım. İnşaatlarda çalıştık kardeşimle. Bel Cola'da hamallık yaptım.”

“Askerlikten aldığım 36 lira iyi paraydı”

“Ortaokulu bitirip liseye gideceğimde askere yazıldım. Sabah okula, öğleden sonra askere giderdim. Bizim dönemimizde askere gitmeyene adam demezlerdi” deyip şöyle devam etti Özdamlı hayatını anlatmaya:

“Lisedeyken askere devam ettim. Lefkoşa'da, Yıldırım Bölüğü'nün Domuzcular Burnu'ndaki takımındaydım. Daha sonra Lefkoşa'nın içine, 22'inci bölüğe geldim, savaşta buradaydım. Aylık 8 lira gibi bir maaş verirdiler bize.

Öğrencilik bittikten sonra gönüllü asker olarak kaldım, o zaman 36 lira alırdım, iyi paraydı. 1977'de askerden ayrıldım. Polis okuluna yazıldım. 3 aylık kurstan sonra polis oldum. İlk görevim Yeniboğaziçi köyündeydi. Eşim Zehra ile bu dönemde tanıştım. Aslen Dalilidir ama Akçay'da yaşarlardı. Görücü usulüyle evlendik. Bizim mahallede annemin akrabası bir kadın vardı, o aracı oldu. Aslında benim evlenme gibi niyetim yoktu. Ev, bark sahibi olacak biri değildim ama oldu işte. 1978'de düğün yaptık. Ortaköy'de bir odalı evimiz vardı ya, ona yerleştik. İneğe baktığımız odayı da tamir ettik. 2 kızımız oldu, Havva ve Fezile. Şimdi 2 de torunum var...”

“Resmim iyiydi, bunu rahmetlik hocam İsmet V. Güney keşfetti”

Evlendikten sonra tayinini Lefkoşa'ya aldığını, buradaki çeşitli karakollarda görev yaptığını, “foto parmak izi” olarak çalıştığını anlattı İbrahim Özdamlı. “Fotoğrafçılığa ilgim olduğu için bu bölümde çalıştım...” dedi.

Bir virgül koydum buraya, fotoğrafçılığa ilgi duyduğumu



anlatmamıştı. Lise yıllarına geri döndük.

“Resmim iyiydi. Bunu rahmetlik hocam İsmet V. Güney keşfetti. Lisedeyken seçmeli dersler vardı; fotoğrafçılık, müzik, resim... Fotoğrafçılık ağır bastı, hocam İsmet V. Güney'di. Askerdeyken arkadaşlarımın fotoğraflarını çeker, okuldaki karanlık odada basar, satar, harçlık çıkarırdım... Resim hocam Aylin Örek de beni güzel sanatlar akademisine göndermek isterdi. Maddi sorunlar yüzünden gidemedik. Bu arada polisten boş zamanlarımda Foto Özeş'in yanında da giderdim. Bana hocalık yapardı...”

“Cesetler, ölümler... Bunlar insana hoş bir şey bırakmaz”

Ölümlerle, ölen insanlarla ilgili telaşlı sorular sordum İbrahim Özdamlı'ya. Bazıları onu gülümsetti.

“Sen bir ölünün parmak izi nasıl alınır bilir misin?” diye sordu hatta.

Polisten yaşadığı mutsuzlukları ve görevinden istifa nedenleri şöyle anlattı:

“Parmak izinde uzun süre çalıştım.

Mutlu değildim ama... Burada yaptığım iş, düşüncemdeki fotoğraf sanatıyla uyuşmazdı; cesetler, ölümler... Bunlar insana hoş bir şey bırakmaz. Yemek yiyemezsin, koku duyamazsın. Aylarca evimize et girmediğini hatırlarım. 10 yıl yaptım polislik. 7 yıllık askerliğim 14 yıla sayıldı. 24 yıl dolunca emekliye ayrıldım.”

“Bir elimle gaza bezini ağızma-burnuma basarken diğer elimle fotoğraf çektim”

“Eve aylarca et girmezdi” konusuna takıldım, biraz daha açmasını istedim, şöyle bir örnek verdi:

“Çetinkaya Kulübü'nün yanındaki bir evde 15 günlük bir ceset buldular. Yıl 1987. İzinliydim, çağırdım ve gittim. Adli Şube'de benden başka biri de yoktu zaten fotoğraf çeken. Cesedin fotoğraflarını çekmemi istediler. Bir maske verdiler elime, verdiler ama maske işe yarar mı? Koku kapıyı açar açmaz yayıldı. Bir elimle gaza bezini ağızma-burnuma basarken, diğer elimle fotoğraf çektim. Gördüğüm manzara anlatmam mümkün değil. Her yanı kurtlanmış bir insan. Tek kare çektim. Doktor daha fazla yaklaşmamı istedi ama ben kaçtım. Eve o kıyafetlerle giremedim,



sokakta soyundum. Duş aldıktan sonra da kıyafetleri yaktım. Ertesi gün istifamı verdim. 34 yaşındaydım. Meslek hayatımda beni etkileyen çok olay oldu ama bu, bardağı taşıran son damlaydı. İnsan böyle şeylere alışmaz, benzer olaylarda hep aynı üzüntüyü duyar. Ağzımda diş kalmadı bu olaylara tanık olmaktan...”

“İstifa ettiğim için hiç pişman olmadım”

“Böyle kararlarda pişman olur mu insan? Eve dönerken mesela, ya da o akşam?”

“Önceden ne yapacağıma karar vermişim” dedi Özdamlı buna yanıt olarak.

“İstifa etmek zaten aklımdaydı, yıllarımın dolmasını beklerdim. Hiç pişman olmadım. Eşimin adına Foto Hale diye stüdyo açmışım. Bir-iki yıl kadar burada çalıştım. O dönemde Kıbrıs Gazetesi yayın hayatına başlayacaktı. Mehmet Ali Akpınar'a

teklif götürdüm ve part-time olarak gazetede çalışmaya başladım. Şimdiki gazetelerle kıyaslanamayacak bir oluşum vardı Kıbrıs Gazetesi'nde. Hem maaş hem refah, hem de çalışma sistemi konusunda. Gazetede teknoloji daha önce görmediğimiz bir şeydi, bizim bildiğimiz bir Enlarger'imiz vardı. Kıbrıs Gazetesi dia, slayt çalışırdı. Karanlık oda bir İngiliz tarafında kurulmuştu, bize her şeyi gösterdi. Biz de arkadaşlara gösterdik. Özmen Yılançılar'a, Cenk Mutluyakalı'ya... Özmen benim yanıma, stüdyoya, çirak olarak geldiğinde çocuğu daha.”

“Stres ve yorgunluğa bağlı olarak ciğer zarım su topladı, 4 ay hastanede yattım”

Rahatsızlığı nedeniyle Foto Hale'yi kapatmak zorunda kaldığını, aşırı yorgunluk ve stres nedeniyle ciğer zarının su topladığını anlattı İbrahim Özdamlı.

“Sigarayla başım deritte” dedi ama yenisini yaktı ve öyle devam etti

anlatmaya...

“Hem gazete hem stüdyo birlikte yürümedi. Gazeteden çıkar sünnete, düğün çekimlerine giderdim. O dönem Dikmen'e yeni ev de yapmıştık. O da beni çok yormuştu. Sünnet çekiminden geldiğim bir gün eve giremeden kapının içinde fenalaştım. Hastaneye götürdüler beni, gidiş o gidiş; 4 ay yattım hastanede. Bizim nalbantlar kalp krizi teşhisi koydu. Türkiye'den yeni gelen bir uzman vardı, İlhan Bey. O beni bir günde ayağa kaldırdı, 4 günde de taburcu etti. Hastayken o kadar acı çekerdim ki yaşamak istemezdim. Asil Nadir beni tedavi için yurt dışına göndermek istedi. Sadece personeline değil, tanımadığı insanlara da bu hassasiyeti gösterirdi. İyileşince gerek kalmadı gitmeye. Taburcu olurken Doktor uyardı beni; 'Artık çalışma, bu iş strese gelmez' diye. Mehmet Ali Akpınar'a anlattım. Anlayışlı davrandı, 'yormayacağız seni' dedi ve gazeteye döndüm.”

“Mahkemeye gittiğimde kimse beni görmesin diye saklanırdım”

“Kıbrıs'ı, Kıbrıs Gazetesi sayesinde tanıdım” dedi Özdamlı konuşmasının devamında.

“Ülkemin bu kadar güzel olduğunu gazete sayesinde fark ettim. Daha önce gitmediğim yerlere gittim... Kıbrıs'ta olan güzellikler hiçbir yerde yok” deyip şunları da ekledi:

“Kıbrıs Gazetesi'nde iyi şartlarda yetiştirildik. Ve gazetecilik yaptık, affedersin soytarılık değil... Şimdi yaptığımız gazetecilik değil, maalesef değil. Hiçbir araştırma yapılmaz, araştırmacı gazeteciler kalmadı. İnsanlar hazıra alıştı. Mahkemelere 3 adam yerleştirdiler bugün, onlar haberleri bütün gazetelere satar. Gelsin kahveler, gitsin çaylar. Biri kalkar ve fotoğrafı çeker, öbürü de mahkemeye girer, polisi dinler ve yazar... Sonra da paylaşırlar. Bir bakan bütün gazetelerdeki haberler aynı. Bizim telefonumuz da internetimiz de yoktu çalışırken. Ben de mahkeme muhabirliği yaptım ama mahkemeye gittiğimde saklanırdım beni kimse görmesin diye. Haberi önce kim yapacak kaygısı vardı bizde. Polis psikolojisini iyi bilirdim ve bu artımdı. Nasıl davranacağımı, onlarla

nasıl iletişim kuracağımı, bir olay olduğunda kiminle muhatap olacağımı bilirdim.”

“Dilek Çetereisi'ne iki kelime de götürsem manşet yapardık haberi”

“Gazetede kendimi buldum” dedi Özdamlı ve ekledi:

“İlk zamanlarda foto muhabirliği de yaptım. Çiçekleri, böcekleri de çekerdim habere gittiğimde. Güzel kare yakaladığımda mutlu oldurdum. Çocuklarla Akçay'a giderken lale tarlası gördüm bir gün, durdum fotoğrafını çektim. Ertesi gün haber yaptık, yayınladık. Cumhurbaşkanı Denktaş gazeteyi gördü ve bana haber yolladı, fotoğrafı nerde çektiğimi öğrenmek istedi...”

Haber için gereken bütün bilgileri toplardım ben. Dilek Çetereisi'ne iki kelime de götürsem manşet yapardık haberi. Özgül Gürkut, Senem Gök de yazardı haberlerimi ama en çok Dilek...”

“Bir polis bana 'çöplük yoluna gel' dedi”

Ve İbrahim Özdamlı anılarından bir kesit sundu:

“Dikmen'de evimdeyim. Gece yarısı saat 2'de kapı çaldı. Kalktım, kapıyı açmadım delikten bakarken bir polis bana 'çöplük yoluna gel' dedi. Sen olsan ne yaparsın? Gitsem bir bela, gitmesem bir bela... Ama içinde o heyecan var bir kere. Bindim arabama, kahvede birini bulursam alırım dedim, oradan geçtim ama kimse yok. Kapılarımı kilitledim ve çektim ralli yoluna. 5- 6 polis yolun içinde dururdu. Gündüz bir soygun oldu, kasayı alıp oraya gitti hırsızlar, gece açacaklardı kasayı, yakalandılar. Gazetenin baskısını durdurdum, fotoğrafları çektim, haberi yazdım, manşet oldu. Ertesi gün sabah bütün basın, TAK da dahil, Polis Genel Müdürlüğü'ne gitti. Beni de aradılar. Salona girerken dönemin Polis Genel Müdürü 'sen haberleri kimden alın, senin kaynaklarını kurutacağım' diye bağırmağa başladı. 'Eve giderken gördüm polisleri, takip ettim, bunda ne var' dedim. Kayıp bir telsiz varmış, 'sen çaldın' diyerek beni suçladı. Genel müdürlükten çıkarken beni şikâyet eden gazetecilerden birine sordum 'biri evine gelse geceyarısı saat 2'de, ralli yoluna gel dese gider misin?'. 'Gitmem' dedi. 'O zaman şikâyet etmeyeceksiniz' dedim, 'yapanı da takdir edeceksin'. Çalışma prensiplerimiz vardı bizim. Bizde



çıkan haber kimsede olsun istemezdik. Ben bir haberin peşinden aylarca koşardım ve bunu Mehmet Ali Akpınar bile bilmezdi. Bomba gibi patlatırdım haberi. Son insanlar polisi aramazdı, beni arardı. Ceset bulunurdu, bana haber verirlerdi. Polise olmayan güveni sağladığıydım.

Hastanede grev vardı bir defasında. Dilek Çetereisi ile birlikte gittik. Dilek acil serviste sendika yetkilisi ile konuşurken, bir baktım hastanenin içinden bir kedi çıkar, ağzında doğumdan kalma eş. Fotoğrafını çektim. Ertesi gün manşet oldu... Bir sonraki gün başhekime gittik, görüş almak için. Başhekim, 'Cumhurbaşkanı sizin gazeteyi kapatacak, haberi boş verin, ben tambura çalayım siz de söyleyin' dedi. Bu da ertesi gün manşette...

Bir süt haberi vardı mesela, gazete 3 bin satarken bu haberle 7 bin sattı bir haftada. Ben yazmadım haberi ama her zaman örnek gösteririm ve gurur duyarım bu haberle. İlle de benim haberim değildi önemli olan, çalıştığımız gazetenin başarısı hepimizin başarısıdır diye düşünürdük. Gazete her gün sıfırdan başlardı ve bizimdi.

İnek sütlerinin yemlerden dolayı kanserojen madde içerdiğiyle ilgiliydi bahsettiğim o haber. Sütler Türkiye'ye gönderildi, tahliller yapıldı, haber yayınlanınca insanlar Meclis'i bastı. Sanırım Artun Çağa yaptıydı haberi. Bir hafta sonra gazetenin tirajı 10 bine çıktı ve böyle gitti.

Bir başka olay... Gazimağusa'da surların içinden ses çıkardı. Ülkede gündem olmuştu. Yok canavardır, yok şeytandır derlerdi. Tarihini hatırlamıyorum, 1990'ların ortasıydı. Dilek Çetereisi ile Cumhurbaşkanı Denктаş'a gittik, 'bu ses nedir?' diye sorduk, 'kuştur' dedi. Ertesi gün 'O bir kuştur' diye manşet oldu. Bir sonraki gün Şeyh Nazım'a gittik, Lefke'ye. Dilek ona da sordu. Şeyh Nazım 'Buna kuş diyenler kuş beyinlidir' dedi.

“Şeyh Nazım'la Denктаş günlerce atıştı”

Dayanamadım ve konuşmayı böldüm, “Herhalde böyle bir başlık atmadınız?”

Güldü Özdamlı, “Attık tabii. Bu haber yüzünden Şey Nazım'la Denктаş günlerce birbirlerine laf attı.”

Başka bir anısını da şöyle anlattı:

“DP yeni kuruldu o zaman. Başına Hakkı Atun getirildi. Başbakan da o... Elçilikte resepsiyon vardı. Türkiye'nin Başbakanı Mesut Yılmaz da geldi. Derviş Eroğlu, o dönem muhalefetteydi. Elçi, Atun, Eroğlu bir masada... 12 merceklili bir makinem vardı, geniş açıyla hepsini aldım. Hatta Hakkı Bey kenardan poz verdi. Gittik içeri, yaptık haberi. Fotoğrafları ben seçmezdim tabii, Kıbrıs Gazetesi'nin Genel Yayın Yönetmeni Süleyman Ergüçlü'ydü. Ertesi gün manşete baktım, fotoğrafta herkes var, Hakkı Bey yok. Basın toplantısı düzenledi DP'nin genel merkezinde, ben de çağırıldım. Bütün basın yine orda. Salona girince Hakkı Atun'un tepkisiyle karşılaştım ve bana söylediklerini Ergüçlü'ye anlattım. Manşet yaptık ertesi gün bunu. Hakkı Atun ertesi gün çağırıldı bizi ve özür diledi. Onu da yazdık tabii.”

“Bu camiadaki herkes birbiri ile iyi geçinmek zorunda”

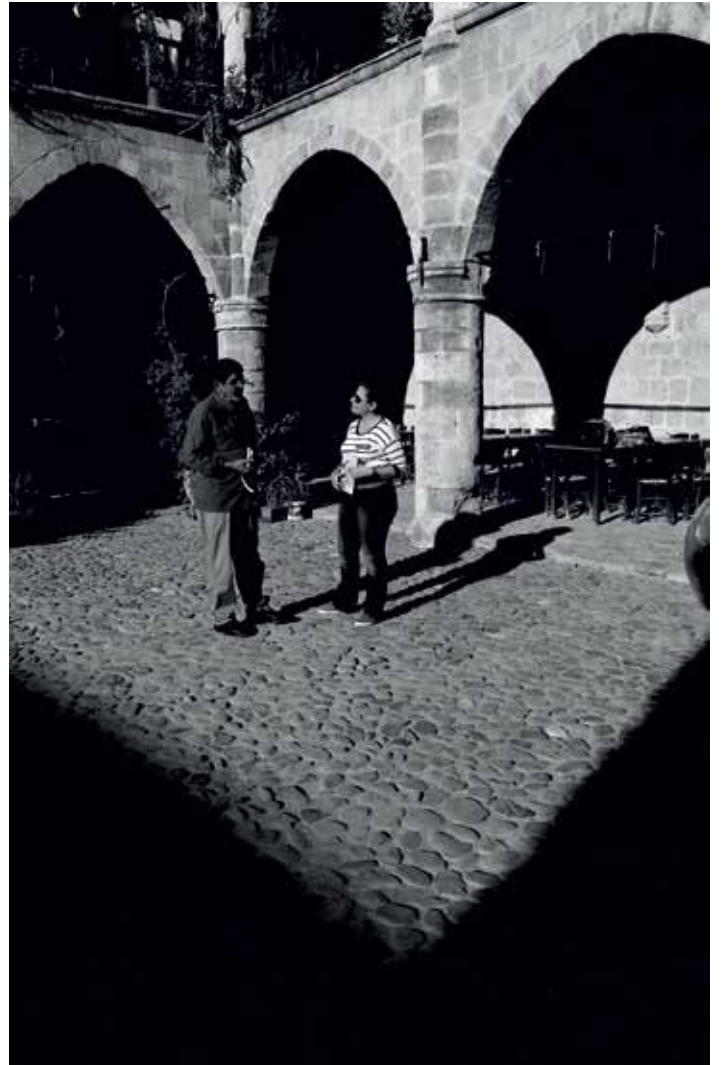
Özdamlı 15 yıl çalıştığını söyledi Kıbrıs Gazetesi'nde.

“Neden ayrıldınız?” diye sorunca şunları anlattı:

“Teknolojiye ve elektroniğe

meraklıyım. Bir arkadaşımın teşvikiyle internet cafe açtık Dikmen'e. Kendimi toparladım, birkaç sene yorgunluğumu üzerimden attım. İnternet cafelere ilgi azaldı, işimi de çok özlemiştim ve geri döndüm mesleğe. Star Kıbrıs'ta istihbarat müdürü oldum. Haberdar'da çalıştım. Şimdi Haberal Kıbrıslı'da istihbarat müdürüyüm. İş yeri değiştirdim ama hiç kimseyle kötü ayrılmak istemedim. Bu camiadaki herkes birbiriyle iyi geçinmek zorundadır. Süpürgecisinden genel yayın yönetmenine kadar herkes birdir ve birbirine muhtaçtır.”

Gazetecilikte güvenilirliğin, dürüstlüğün, saygınlığın önemini vurgulayarak yeni nesillere mesaj gönderen Özdamlı, “Hem basının içinde olduğu duruma üzüldüm, hem de uzak kalamam... Kalamam işte...” diyerek meslek erbabının ruh halini özetledi.



CHINA BAZAAR

North Cyprus



- + Porselen, Züccaciye
- + Oyuncak
- + Elektronik
- + Bujiteri, Parfümeri
- + Hediyelik Eşya

- + Konfeksiyon
- + Geleneksel Çin Kiyafetleri
- + Ayakkabi Terlik
- + Valiz Çanta
- + Bebek Ürünleri

**Biz Daha Ucuzunu Satana Kadar
EN UCUZU BİZİZ!**



Hasan Tahsin Cad. no:70
Kermiya / LEFKOŞA

Tel: 0392 223 81 32

Fax: 0392 223 37 29

e-mail: info@chinabazaarcyprus.com





Fezile KESAT
fezilekesat@gmail.com

“Bir gazeteden daha fazlası”

Her gün farklı isim, logo, baskı ve farklı ideolojik görüş ile evlerimize giren gazeteler aslında binbir emekle hayat buluyor. Bazen atılan bir başlık, bazense canlı gibi duran bir fotoğraf cezbediyor okuru... Okurlarına en iyiyi sunmak isteyen basın emekçileri her gün manşet sayfasından seçilecek habere, başlığa ve fotoğrafa kadar ince eleyip sık dokuyor... Farkını belli etmek istiyor... Peki bu süreç nasıl işliyor, nelere dikkat ediliyor... Ülkede yayınlanan en eski gazete olan Halkın Sesi'nin Haber Müdürü İbrahim Daloğlu, yazılı basına yeni bir soluk getiren Kıbrıs Postası Gazetesi'nin Haber Müdürü Canan Onurer ve barış gazeteciliğini misyon edinmiş Yenidüzen Gazetesi'nin Yazı İşleri Müdürü Mert Özdağ ile konuyla ilgili röportaj gerçekleştirdik. İşte işin mutfağındakilerin yanıtları...

Gazete hazırlanırken görsel süreç nasıl işler?

İbrahim Daloğlu: Gazetemize giren haberleri genelde kategorilerine göre ilgili sayfalarda kullanmaya gayret gösteririz. Örneğin siyasi haberleri bir veya iki sayfa içinde, kriminal haberleri yine aynı şekilde bir-iki sayfa içinde toplamaya çalışırız. Sayfalara kullandığımız haberlerde genelde fotoğraf kullanmaya gayret gösteririz. Özellikle kriminal haberlerde mutlaka kullanırız. Biz haberleri sayfalara attıktan sonra grafikerler sayfaları yapar, eğer beğenmediğimiz bir durum olursa müdahale ederiz.

Canan Onurer: Sayfa editörleri tarafından hazırlanan sayfalar “Sayfa Başlıkları” ile “Tasarım” departmanına gönderilir. Sayfa başlıklarına göre içerisine konulan haberler ve fotoğraflar sayfa editörleri tarafından seçilir. Grafikerler editörlerin haber ve

fotoğraflarını gazetenin formatına uygun bir şekilde sayfalara yerleştirir. Daha sonra hazır olan sayfalar onaya gönderilir. Onay alan sayfalar redakte edildikten sonra hazır hale gelir.

Mert Özdağ: Açıkçası biz haberciler bu sürece çok dahil değiliz. Ancak “şu fotoğrafı mı koysak, başlık bu mu olsa, şu mu” diye kafa yorar, sayfada nasıl görüneceğini hayal ederiz. Geriye kalan görsellik artık sayfa tasarımcısı arkadaşın takdirine kalır. Kimi zaman iyi, kimi zaman kötü olur, ancak habercilerin bu duruma çok fazla da müdahale etme şansı yok.

Gazete manşetini hazırlarken burada yer alacak haberler neye göre belirlenir?

İbrahim Daloğlu: Gündeme göre ve toplum tarafından okunacağına



Canan Onurer



Mert Özdağ



İbrahim Daloğlu



Haber seçiminde öncelikleriniz nelerdir?

İbrahim Daloğlu: Toplumla ilgilendiren, gündeme dair haberlere ve toplumu bilgilendirmeye dayalı haberlere sayfalarımızda yer vermeye özen gösteririz.

Canan Onurer: Toplumun büyük bir kesimini ilgilendirecek haberler yanında belli bir kesimi de ilgilendiren haberler öncelikli olabilir. Bir haberin ne kadar büyük bir kitleyi etkileyip etkilemeyeceği haber seçiminde öncelikli olur.

fontumuz ve karakterimiz magazin sayfaları dışında hep aynı kullanılmaktadır. Bu, görsellik için bizce önemlidir.

Canan Onurer: Haberdan başlığı ayırmak adına başlıklarda ayrı font kullanılıyor. Aynı zamanda haberin içerisinde bulunan spotlar da farklı fontta yazılır. Yazı karakteri ise gazetesinin tarzına göre değişkenlik gösterebilir. Kıbrıs Postası, özel olarak satın aldığı bir yazı karakterini kullanmaktadır.

Mert Özdağ: Yazı fontu ve karakteri belirli aralıklarla gazetemizin yöneticileri ve tasarımcıları tarafından belirlenir ve uzun süre bu kalıplar kullanılır. Yanılmıyorsam biz 4 yıldır aynı tarzda karakterlerle çıkıyoruz.

Seçilen fotoğraf ve başlıklarda neye dikkat edilir? Nasıl seçim yapılır?

İbrahim Daloğlu: Haberlerde seçtiğimiz fotoğraf ve başlıkların

inandığımız haberlere genelde manşette yer veririz. Son zamanlarda kriminal olayları manşetten kullanmamaya özen gösteriyoruz.

Canan Onurer: Gündem olan veya gündem yaratacağını düşündüğünüz özel haber manşet olur. Bizler Kıbrıs Postası'nın 1. sayfasında özellikle özel haberlerimizi kullanmayı tercih ederiz. Manşetin de tercihen yine özel haber olması ve gündeme dair olması gerekmektedir.

Mert Özdağ: Gazetenin yayın ilkeleri önceliğimizdir. Pek tabii bunun dışında ilginçlik... Ve manşete girecek konunun 'çok fazla insanı' ilgilendiriyor olması üzerinde düşünürüz. Mesela; ekonomi, siyaset ve Kıbrıs sorunu öncelikli olur genelde. Bir de son zamanlardaki adli konular. Bu günlerde malzememiz bol; cinayet, tecavüz, kavga-dövüş... Keşke bunlar olmasa da yayınlamasak, ama memleketin hali duman bu ara...

Mert Özdağ: Beni kişisel olarak en fazla çeken siyasi skandallar ve olay haberciliğidir. Hareketliliği severim. Bir de içinde yaşadığımız rejime çomak sokmak lazım arada, yoksa bu düzen başka türlü değişmez. Rejimi sarsan, adli, siyasi ve barış kültürüne hizmet eden haberler tercihimiz.

Yazı fontu veya karakteri neye göre belirlenir?

İbrahim Daloğlu: Genelde yazı



genelde haberi anlatacak şekilde olmasını isteriz. Bu arada kullandığımız fotoğrafların da çözümlülüklerinin iyi olmasına özen gösteririz.

Canan Onurer: Fotoğraf aslında çoğu zaman önemsenmeyen fakat aslında çok önemli bir olaydır. Gazetelerde özellikle yüksek çözümlülük ve olayı anlatan fotoğraflar kullanılmalı. Başlık ise habere ilgi uyandırmalı fakat haberin içeriği ile çelişmemeli. Bunlara dikkat edilerek seçim yapılmalı.

Mert Özdağ: Fotoğrafın habere destek olduğundan bahsedilir genelde. Bazen öyle fotoğraflar yakalarsınız ki habere-yazıya gerek kalmaz. Ben o fotoğrafları tercih ederim. Mesela; su baskınlarında o öfkeyi yansıtan kareleri çok görürsünüz, önemli olan onu yakalamaktır. Gerisi boşluk dolduran fotoğraflar ki, birçoğu laf ola yayınlanıyor. Bu biraz da profesyonellelikle alakalı. Bizim gibi ülkelerde fotoğraf pek ön planda tutulmaz, ama önemli bir konudur aslında. Başlıklar konusunda ise dikkat çekmesi ve kısa olmasına özen gösteririz, bir de haberi anlatmasına. Kimi zaman üst başlık ya da alt başlıkla da desteklemek gerekir.

Kullanılacak fotoğraf ve başlığın ne gibi bir önemi var?

İbrahim Daloğlu: Bana göre haberin fotoğrafı ve başlığı o haberi kısaca anlatmalıdır. Bu nedenle de en iyi anlatan başlık ve fotoğraf kullanılmaya çalışılır.

Canan Onurer: Tek bir fotoğraf karesinin bir sayfalık haber yazdığı düşüncesi ortada dururken, başlık haberi okutmak, ilgi çekmek için özenle seçilir.

Mert Özdağ: Var tabii. Bazı okuyucular sadece başlıkları okur. Hatta birçoğu. Bu nedenle onlar



Araçlar sel sularına kapıldı, yollar kapandı, ev ve işyerleri su altında kaldı, vatandaşlar, endişe ve korku dolu saatler yaşadı

BITMEYEN ÇİLE



açısından daha önemli. En azından okuduğunu anlayacağı kadar başlığın zengin olması lazım.

Kullanılan fotoğraf veya başlığın okunurluk oranını artırdığını düşünür müsünüz? Merak uyandırdığı için alınır mı?

İbrahim Daloğlu: Evet doğrudur. Ancak bu bizim ülkemizde şu anda geçerli değildir. Zira ülkemizde çok güzel ön sayfaları olan ve ilgi çeken başlık/fotoğraflar kullanan gazeteler satış yapmazken, ön sayfasında hiçbir

çekici başlık veya fotoğraflar kullanmayan gazeteler satış yapmaktadır.

Canan Onurer: Ticari kaygıyı bir yana bırakırsanız, evet. Kullanılan fotoğraf ve başlık, haberin okunması anlamında tabii ki önemlidir. Fotoğraf, başlık, ara başlık haber içerisinde kullanılan detaylar (tablo, belge, veri) haberin bir bütün şekilde okunması ve ilgi uyandırmasını sağlar, doğal olarak okunurluğu artırır.

Mert Özdağ: Evet. Okunurluktan öte ilgiyi artırır.

AKSA
E N E R J I



Tolga ADANALI
tolgaadanali@gmail.com

Foto muhabirliğini ve gazeteciliği yeniden tanımlamak

Sosyal medya, ticaretten politikaya her alanı yeniden tanımlıyor. Sosyal medya ve gazeteciliğin ortak noktası fotoğraf olunca, en çok evrime uğrayan mesleklerin başında da gazetecilik geliyor. Aslında sadece Türkiye değil, dünyanın büyük medya kuruluşları da giderek büyüyen bu "türe" karşı ayakta kalmanın yolunu henüz bulabilmiş değil. Ama, Türkiye ile kıyaslısak, onların daha akıllı adımlar attıklarını söyleyebiliriz. Yayıncılık, internet medyasının ortaya çıkışıyla bir değişime girmişti. Sosyal medya geleneksel medyaya bir darbe daha indirdi.

Herkesin sorduğu ortak soru şu: Foto muhabirliğinin ve gazeteciliğin önümüzdeki 5 yılda ve ilerisinde durumu ne olacak ?

■ **“Haberi çağımızda bir fast food gibi hemen tüketmek istiyoruz. Ama, kim iyi bir restoranda yemek yemeyi tercih etmez ki! İşte burada yeni medya ve yeni gazetecilik devreye giriyor”**

Konuyu somut örneklerle detaylandırmak istiyorum. En yakın tarihli Üsküdar'daki sel olayı. Geçtiğimiz aylarda İstanbul'a şiddetli bir yağmur yağmıştı. Kenti sel alırken en çok etkilenen yer de Üsküdar sahili olmuş, sahil ile İstanbul Boğazı adeta birleşmiş, insanlar denizin üzerinde yürüyor, arabalar denizin üzerinde gidiyor gibi görüntüler ortaya çıkmıştı. Gazeteciler bu olayı fotoğraflamaya başladı, hatta bazı

foto muhabirleri şans eseri oradaydı. İstanbul'da yaşayan Ordulu Hüseyin Öztürk de cep telefonu ile bir kare çekti (altta) ve fotoğrafı twitter adresinden hemen paylaştı. Haberciler, çektikleri fotoğrafları bilgisayarlarında açıp, işleyip merkeze gönderinceye, haber merkezindeki editörler de fotoğrafları yayınlamaya kadar Hüseyin Öztürk'ün fotoğrafı çoktan sosyal medyada bir fenomen olmuş, internet haber sitelerinde de yayımlanmaya başlamıştı. (Burada telif hakkı sorunu ayrı bir yazı konusu tabi). Hepimizin aklında kalan fotoğraf da, foto muhabirlerinin değil, Öztürk'ün çektiği denizin ortasında gider gibi duran mavi minibüs oldu.

Tabi ki profesyonel bir foto muhabirinin çektiği her zaman farklıdır. Haber fotoğrafçısı olaya hızlı tepki verir; kompozisyon, olaya odaklanma, içerik, olayın şekli, fotoğrafın teknik boyutunu bu tip sıcak olaylarda kısa süreler içinde düşünür ve olaya sokaktaki sıradan insandan daha farklı yaklaşır. Ama haberciler olay yerinde hemen olamıyor, olsalar da sosyal medyanın hızına yetişemiyorlar. Haberi tüketenler ise bunu anında almak istiyorlar, Üsküdar'daki seli, Marmaris'teki yangını, Lady Gaga'nın İstanbul'daki konserinde soyunmasını anında görmek istiyorlar. You Tube'a, Twitter'a, Instagram'a, Facebook'a bakıyorlar. Haberi çağımızda bir fast food gibi hemen tüketmek istiyoruz. Ama, kim iyi bir restoranda yemek yemeyi tercih etmez ki! İşte burada yeni medya ve yeni gazetecilik devreye giriyor.

■ **“Tabi ki profesyonel bir foto muhabirinin çektiği her zaman farklıdır. Haber fotoğrafçısı olaya hızlı tepki verir; kompozisyon, olaya odaklanma, içerik, olayın şekli, fotoğrafın teknik boyutunu bu tip sıcak olaylarda kısa süreler içinde düşünür ve olaya sokaktaki sıradan insandan daha farklı yaklaşır. Ama haberciler olay yerinde hemen olamıyor, olsalar da sosyal medyanın hızına yetişemiyorlar”**

Foto muhabirliği Oxford sözlüğünde şöyle tanımlanmış: "Foto muhabirliği, haberin, bir yazı içeriği kullanarak ya da kullanılmayarak, fotoğrafla ağırlıklı olarak dergilerde uygulanması işi ya da sanatı". Bunu güncellersek dergi kelimesinin yerine tableti koyalım. İşte yeni medya ve gazeteciliğin gittiği nokta... Yayıncılığın yeni formu, tablet ve mobilden geçiyor. Bunu sadece ben değil, dünyada sektörü yönetenler, akademisyenler, reklam verenler söylüyor. İnsanlar tabi ki sıcak haber fotoğrafını anında görmek istiyorlar, anında öğrenmek ve bu bilgiyi paylaşmak istiyorlar. Peki o zaman yeni medya ne işe yarayacak? Sorunun cevabı çok basit aslında. Haberi tüketenler, sıcak haberi daha derinlemesine, daha detaylı içerikle görmek, iyi fotoğraflarla anlatımına bakmak ve hikayeyi öğrenmek de istiyorlar. Bu hikayenin güvenilir bir kaynaktan geldiğini bilmek istiyorlar. Bu da yeni bir alanın, yeni medyanın oluşmasına



olanak sağlıyor: Güvenilir haber, içerikli fotoğraf. Amatörlerin akıllı telefonlarıyla yapamayacakları şey. Bunu dünyada gazetelerden ajanslara pek çok büyük medya kuruluşu uyguluyor. Reuters'ın The Wider Image ile yaptığı yeni medya uygulamalarından biri mesela... The New York Times'ın içeriği ücretlendirmesi, meyvelerini vermeye başladı. Wired News, Mashable gibi yeni medya şirketleri de tablet uygulamalarında konuları daha derinlemesine veriyorlar. Daily Telegraph'tan, Time dergisinin mobil uygulamasına kadar büyük medya şirketleri çoktan değerli bilgiyi özel sunumlarla, özel yazılımlarla vermeye başladı. Tabi ki sıcak haberi de veriyorlar. Ama bizdeki gibi tamamen sıcak habere odaklı bir gazetecilik yapmıyorlar.

■ **“Hürriyet, Milliyet, Vatan gibi geleneksel medya temsilcilerinin web ve mobil uygulamalarına bakın. Hepsi birbirinin kopyası. Foto muhabirine, haberi getirecek muhabire, editöre eskisi gibi önem vermedikleri, yatırım yapmadıkları için içerik de maalesef yok”**

Türkiye'ye bakalım. Hürriyet, Milliyet, Vatan gibi geleneksel medya temsilcilerinin web ve mobil uygulamalarına bakın. Hepsi birbirinin kopyası. Foto muhabirine, haberi getirecek muhabire, editöre eskisi gibi önem vermedikleri, yatırım yapmadıkları için içerik de maalesef yok.

■ **“İnsanlar tabi ki sıcak haber fotoğrafını anında görmek istiyorlar, anında öğrenmek ve bu bilgiyi paylaşmak istiyorlar. Peki o zaman yeni medya ne işe yarayacak..!”**

Haber ajanslarına bakın, hepsi tamamen sıcak habere odaklanmış. Hiçbiri bir dosya üzerinde çalışmıyor, bir konuyu derinlemesine yazıp abonelerine sunmuyor. Evet, sorsanız 'Biz şu foto röportajı yaptık' diyeceklerdir. Bir saatte çektikleri fotoğrafları 12-15 karelik seri olarak vermeyi foto röportaj zannediyorlar. Türkiye'de yeni medyaya adapte olmaya çalışanlar da yok değil. Zaman gazetesinin fotoğraf servisi bu alana ciddi yatırımlar yaptı mesela, hepimizin aklına Zaman denince bildiğimiz cemaat algısı gelse de, her

hafta yayınladıkları foto röportajlara bakın, tamamen o algının dışında işler üretiyorlar. Cüneyt Özdemir'in öncülüğünde kurulan tablet dergi DipNot da bunlardan biri. Derinlemesine araştırılmış konular ve interaktif sunumlarla kendi kitlelerini oluşturdular.

■ **“Güvenilir olmak, özgün içerik sunmak, değerli görsel materyale sahip olmak ve tüm bunları doğru sunumla birleştirmek geleneksel medyanın yerini alan yeni yayıncılığın anahtarını oluşturuyor”**

Güvenilir olmak, özgün içerik sunmak, değerli görsel materyale sahip olmak ve tüm bunları doğru sunumla birleştirmek geleneksel medyanın yerini alan yeni yayıncılığın anahtarını oluşturuyor.

Ekranın Yüzleri Sorunları Anlattı



Gözde AKBEN BEKİR
gözdeakben@gmail.com

Herkese merhaba...

Medya dergimizin bu sayısında ana temamız görsellik olunca medyamızın içinde bulunduğu durumu mercek altına alma ihtiyacı hissettim. Bu yazıyı kaleme almadan önce günün farklı saat dilimlerinde, farklı kanallarda, farklı yüzleri ve programları inceledim ve sektörün içinde bulunduğu tabloyla bir kez daha yüzleştim.

Kısıtlı bütçelerle, sınırlı personel sayılarıyla çarkını döndürmeye çalışan medya grupları ayakta kalma mücadelesi verirken, ekran önünden izleyicilerle buluşan isimler çoğu zaman görsellik sorununa takılıyor. Türkiye'de ekran önünde olan pek çok kişi etkili makyajlar, HD kameralar ve yeterli ölçüdeki ışıklar sayesinde büyümlü bir havaya bürünürken, bizler çoğu zaman ya yanmayan

ampullerin ya da bulunamayan makyaj malzemelerinin kurbanı oluyoruz...

Peki medya ve görsellik arasında nasıl bir bağ var?

Her gün ekranda olmanın ne demek olduğunu, sıkıntılarını kendi deneyimim yanında, her gün ekrana çıkan sunucu ve yapımcıların gözüyle de aktarmak istedim....

■ “Ekran önüne çıkmak havalı ama bir o kadar da zor bir durum”

Medya ve görselliğin birbiriyle önemli bir bağı olduğuna inanandanım ancak ne yazık ki ülkemizde bu bağı yeterince kuvvetli ve etkili bir şekilde kullanılmadığını düşünüyorum. Ekran önüne çıkmak popüler deyimleriyle havalı(!) ama bir o kadar da zor bir durum... Özellikle sabah kuşaklarında çalışan

yataktan çıkarak gün ağarmadan yola düşmek, yayına hazırlanmak ve gözlerinizin içine içine vuran ışıklara karşı koymak gerçekten zor... Türkiye'de ve dünyanın bir çok ülkesinde de sabah programı yapan çok sayıda isim var ama onların çalışma düzenleri bizimkinden farklı....

fazla oluyor) de eklersek alınan maaşlar dahi bunları karşılamakta yetersiz kalıyor...

Görsellikteki olumsuz tablo ne yazık ki haber bültenlerimizde de kendisini hissettiriyor. Yine haber merkezlerinde tasarruf amacıyla az elemanla çok iş yapmaya çalışan medya kuruluşları çoğu zaman Youtube'da yer alan videoları kullanarak bültenlerini hazırlıyor.

Yine pek çok kurum tasarruf amacıyla haber ajansı aboneliklerini de iptal ettiği için bir haberle ilgili görüntüler güncellikten çok uzak olarak arşivlerden kullanılıyor. Bu da izleyicinin karşısına daha sıkıcı bültenlerle çıkmak gibi olumsuz bir sonucu doğuruyor.

Toparlayacak olursak; birbiriyle iç içe olan medya ve görsellik ülkemizde ne yazık ki olması gereken düzeyde değil ama yine de bu düzeyi yakalamak adına önümüzde önemli bir süreç var. Bu süreci tetikleyecek ilk adım ise adada gerçekten rekabeti ve kaliteyi yaratabilecek yeni bir televizyon kanalı, imkanları karşılayacak düzeyde yeterli bir bütçe ve başarılı bir ekip...



Gece 01:00'de mesaiye başlayan, yıllardır aynı ekiple çalışan ve bir kanaldan bir kanala yine ekip olarak transfer olan meslektaşlarımız sponsor bulma noktasında da bizim gibi sorunlarla karşılaşmıyorlar.

Küçük bir ülke olduğumuz için ülkemizdeki reklam ve sponsorluk pastası da son derece

küçük... Buna rağmen adada 7 televizyon kanalı olduğunu ve bu kanallarda her gün en az 4 farklı kişinin yayın yaptığını düşünürsek bu 28 programcı demek.... Bu isimlerin haftanın her günü ekranda olduklarını ve her gün aynı kıyafetlerin giyilemeyeceğini de göz önünde bulundurursak bu bir ay için her programcının en az 20 farklı kombine ihtiyacı olduğu anlamına gelir...

Bu hesaba makyaj malzemelerini (ki bu malzeme kalemi kadınlarda daha

arkadaşlarımla da zaman zaman dertleştiğimizde çalıştığımız kurumlar farklı olsa da yaşadığımız sorunların aynı olduğunu görüyoruz. Sabah 07:00'de yayına başlamak, herkesin uyuduğu ya da uykudan ayılmaya çalıştığı bir saatte makyajınız ve saçınız yapılmış bir şekilde ekrana çıkmak öyle görüldüğü kadar kolay bir durum değil... Hele de ülkemizde şu anda profesyonel olarak hiç bir kanalda makyöz ve kuaför olmadığını düşünürsek... Özellikle kışın sıcak



Atif Müezziner – Genç TV Editör/Muhabir: “Yeter ki maddi kaynak olsun”

“Gelişimini müthiş bir hızda sürdüren teknoloji ve buna bağlı olarak iş hayatının da hızlanmasının ardından, insanlar vakitlerini en efektif şekilde değerlendirmeye çalışıyorlar. Bu nedenle uzun uzadıya yazılar yerine, fikrin alınabileceği spot veya olayı özetler anlamda görseller insanlar tarafından ilgi görüyor. Görsel kalitesi düşük herhangi bir medya bacağının başarılı olma ihtimali böylece çok azalmış oluyor.

Küçük bir coğrafya gibi görünsek de aslında materyal oldukça fazla. Yeter ki ne istediğimizi bilelim. Bununla birlikte stok denilen hazır fotoğraf ve videoların artık var olması, biraz bütçe gerektirse de kaynaklara ulaşmaktaki zorlukların önünü açmaya başlamış durumda...

Bireysel anlamda görselliğe destekleyici kaynaklar bulmada zorlanıp zorlanmadığımız konusuna gelince; kurumsallaşmanın ve profesyonel yaklaşımların yeni yeni hayat bulduğu ülkemizde, sponsorluk olgusu giderek daha da anlam bulacak, firmalar şirket vizyonu ve hedef kitlelerine uygun şekilde sponsorluklarda bulunacaklardır. Bu süreç içerisinde ahbap çavuş ilişkisinden doğan ve aslında sektöre zarar verme imkanı da bulunan çalışmalar değer kaybedecektir.

Dekor, makyöz gibi konularda ise çok başarılı kişiler var; yeter ki maddi kaynak bulunabilirsin. Tabii nitelikli işler ve görsel çekiciliğe/güzelliğe/estetğe önem veren kişiler bir araya gelmesi ile de bunu başarabilirsiniz... Tabii ki belli bir yere kadar

Gülsüm Sönmez – Kıbrıs TV: “Maddi ve teknik sıkıntılar varken kaliteyi nasıl omuzlarız”



Ülkemizdeki TV kanallarında hep programların içeriği ve benzerliği tartışılır, zaman zaman da görsellik kalitesi diğer TV kanallarıyla kıyaslanır. Bunu medyada çalışan bizler dahi yapmaktayız.

Peki biz görselliği ne kadar önemsiyoruz? Kişisel gözlemlerime dayanarak yorumlarda bulunmak istiyorum. Her geçen gün yeni bir medya kuruluşu katılıyor camiamıza. Bu gurur verici. Fakat uzun yıllardır hizmet veren yayın kuruluşlarında dahi maddi imkansızlıklar nedeniyle yeterli teknik imkan yakalanamazken, kalifiye personel sıkıntısı yaşanırken, medya çalışanlarının aldığı düşük ücretlerden bahsederken kaliteyi nasıl omuzlayabileceğimiz düşündürücü.

Bu zorlukların düzelmesi için zamana ihtiyacımız var. Biz medya çalışanları, birçok eleştiriye maruz kalacağımızı, sürekli kıyaslanacağımızı, bu görevi büyük zorluklarla yürüteceğimizi bilerek bu mesleği tercih ettik. Son teknoloji olmasa da iyi ışık, kamera, dekor, stüdyo ve rejî odasına sahibiz diyebiliriz. Tüm bunların yanında görsel iletişime de özen gösterilmesi gerekiyor. Özellikle izleyiciyle birebir iletişim halinde olan sunucular için saç, makyaj, cilt bakımı, kıyafet her zaman tam teşekküllü olması gerekirken, zaman zaman bu konuda da bazı sorunlar yaşıyoruz. Yurtdışındaki TV kanallarında bu tip ihtiyaçlar için ekran önündekilere ya ayrı bir bütçe ayrılıyor, ya da sponsorlar aracılığıyla tedarik ediliyor. Ülkemizde ayrı bir bütçe imkanı sunabilen TV kanalı neredeyse yok... Az olan firma nedeniyle olsa gerek sponsorlar da iadeli şekilde

kıyafet veriyor. Kendi bütçelerimizden bu ihtiyaçları karşılamak zorunda kaldığımızda ise durum, işin içinden çıkılmaz bir hal alıyor.

Ekran önünde bakımlı olma konusunun ise özellikle kadın sunucular için ciddi önem taşıdığını düşünmekteyim. Bunun için de kazandığımız meblağdan önemli bir miktarı kişisel bakımımız için ayırıyoruz. Bu fedakarlığı yapamayanlar da normal hallerinde kalmayı tercih ediyor. Dolayısıyla kimi zaman görsel kalite de düşüyor.

Bu konuda meslektaşlarımızın isyanlarını zaman zaman işitmekteyiz. Geçtiğimiz dönemlerde BBC'den bir sunucu sürekli şık ve bakımlı olmanın karşılığında yetkililerden vergi indirimini istedi. İndirim yapılmadığı takdirde protesto edip haberleri çıplak sunacağını duyurdu. Cesareti hayranlık verici ama gelin görün ki ne vergi indirimine gidildi, ne de soyundu...



Mert Özdeş –Diyalog TV: “Ekranda boy gösterenler için hayal...”

“Modern çağ insanı için hayatın her alanında oldukça önemli olan görsellik, medya için de önemli bir araçtır. Gazete sayfalarındaki renkli imajlar, web sayfaları ve sosyal medyada dikkat çeken görsel iletiler, ekranda baş döndüren efektler, şık giyinmiş bir haber spikeri, stüdyodaki yaratıcı dekorlar ve daha fazlası... Yani iletişim araçlarını kullanan okuyucu, izleyici ve takipçinin dikkatini çekebilmek adına görsellik önemli bir silah... Bu silahı doğru kullanabilmek ise verilmek istenen mesajın daha kolay ulaşmasına ve daha geniş bir hedef kitleye ulaşılmasına olanak tanıyabilir.

Görsel medyada çalışan biri olarak görsellik sağlama konusunda sıkıntılar yaşayıp yaşamadığına gelince; medyada büyük bir rekabet söz konusu... Bu rekabette önde olabilmek adına görselliğin avantajlarından yararlanmak kaçınılmazdır. Ancak bu da görselliğe ayrılması gereken bir ekonomi anlamına geliyor. Çok seslilik adna her gün yeni bir medya kuruluşunun yayın hayatına merhaba dediği ülkemizde, gittikçe küçülen gelir pastasından alınan pay da daralıyor. Sponsor destekleri ise ne yazık ki yeterli değil. Bu durum ekran yüzlerine de olumsuz bir şekilde yansıyor. Kıyafet, makyaj, dekor, ışık, program tanıtımları gibi konularda sunucu izleyici karşısına istediği gibi çıkamıyor. Bu program sunucusunun motivasyonunu olumsuz yönde etkiliyor.

Mükemmel bir dekor...
Size uygun kıyafetler hazırlayan bir sponsor...
Etrafınızda dolanan bir makyöz...
Medyada dönen reklamlarınız...

Ne yazık ki ülke ekranlarında boy gösteren isimlerin büyük çoğunluğu için bunlar hayal...”

Meyil Adakul Elektrikçi – Kanal SİM: “Medyanın kangrenleşmiş sorunlarının özü ekonomidir”

Bugün ülkemiz televizyonlarına bakıp “görüntü kötü, ses kötü, sunum kötü, görsel malzeme kötü” deyip de bir çok olumsuzluk saymak çoğumuzun kolayına gelebilir. Ancak sorunun özünü anlayıp çözüm üretilmezse, yayına çıksın veya çıkmasın tüm medya çalışanlarının yaşadığı sıkıntıların önüne geçemeyiz.



Sorunun özü hiç kuşkusuz ki, ekonomidir.

Bu yazdıklarım X veya Z kanalı için değil, devlet desteğini tam anlamı ile yanında bulamayan özel televizyonların hemen hemen tümü için geçerlidir. Devlet desteği her zaman direkt mali destek olarak algılanmamalı, bizim gibi gelişmekte olan ülkelerde çok sesliliğe, demokrasiye katkı sağlayan özel televizyonların önünü açacak adımlar olarak algılanmalıdır.

Devlet, özellikle Türkiye medyası tarafından maruz kaldığımız haksız rekabet koşullarını ortadan kaldıracak adımlar atmalı, ülkemiz televizyonlarını koruyacak önlemler almalıdır. Bunun en bariz örneği, reklam piyasasından gerektiği kadar televizyonlarımızın yararlanamamasıdır. Ülkemizde de tüketilen ithal ürünlerin reklamı zaten Türkiye televizyonları tarafından yapılmakta, buradaki kanallara ihtiyaç duyulmamaktadır. Bu ise reklam piyasası açısından haksız rekabeti doğurmaktadır.

Tekrar etmek gerekirse, bence bugün medya çalışanlarının kangren haline gelmiş sıkıntılarının özü ekonomiktir. Televizyonculuk pahalı bir iştir ve ciddi bir ekonomik yapı gerektirir. Ekonomik yapı ne kadar iyi ise teknik araç gereç, ışık, ses, kalifiye eleman, arşiv veya internetin daha az kullanıldığı her haberde taze ve daha çok görsel malzeme, kostüm, stüdyo dekorları, kısacası bugün yaşadığımız bütün problemler daha iyi aşılacaktır. Bu yazdıklarımın, çoğu zaman birlikte sohbet ettiğimiz, bizlerden daha deneyimli medya çalışanlarının yıllardır söylediklerinden bir farkı olmadığını biliyorum, ama değişen birşey olmadığını görüp halimize de üzülüyorum.

ÇAPLILAR LTD.



**Beton; Bordür, Mermer, Rogar, Telleme Direği
ve Çok Yönlü Bahçe Dekarasyon Aksesuarları,
Üretim ve Montajı.**

Ayrıca Bahçe Peyzaj Dizaynı ve Uygulaması Yapılır

0542 883 52 58 - 0542 884 52 58 / Beyarmudu Girişi



Simge ÇERKEZOĞLU
simgecerkezoğlu@gmail.com

Bu sayıda iki meslektaşımızla;
Tayfun Çağra ve Ali Bizden ile kitaplarını konuştuk

Tayfun Çağra'dan “Köylerimiz ve İnsanları”



toplamıştım. Aslında ilk başta bu öykülerden bir kitap oluşturmayı hiç düşünmemiştim. Sevgili Neriman Cahit hocamız bu konuda çok ısrarlıydı. Öykülerimin çok okuyucusu olduğunu ve biraraya getirmem gerektiğini söyledi.

Böylece bu kitapla öykülerimin bir kısmı derlendi ve yayınlandı.

Öykü kitabınız ismiyle de bundan sonra yazacağınız kitaplarınızın bir anlamda başlangıcı oldu diyebiliriz. Zaten hemen arkasına “Köylerimiz ve İnsanları” okuyucularla buluştu.

Limasol'da doğan Tayfun Çağra aslında ekonomi fakültesi mezunu. Gazeteciliğin disiplinler arası yapısından o da etkilenerek 90'lı yıllarda Yenidüzen gazetesinde köşe yazarı olarak başladığı mesleğine halen yayın koordinatörü olarak devam ediyor. Bu sayıda ise sayfalarımızı öykü tadındaki araştırma kitabı Köylerimiz ve İnsanları ile renklendiriyor. Götmesek de görmesek de uzakta bir yerlerde yaşayan köyler ve insanlarımız olduğunu bizlere hatırlatıyor...

Öncelikle gazeteciliğe başlama fikri sizde nasıl oluştu?

Aslında bu fikir bende hep vardı. Ekonomi fakültesini bitirdikten sonra serbest ticaretle uğraştığım günlerde Yenidüzen gazetesi için köşe yazarlığı

da yapıyordum. Mesleğe böyle başladım. O yıllarda gazeteye muhabir aranan bir dönemde bu göreve ben talip oldum. Gazeteciliğe olan ilgimin ticaretten daha ağır basmaya başladığını hissediyordum. Böylece arada geçen yıllarla birlikte bu günlere geldik. Şimdi gazetede yayın koordinatörü olarak çalışıyorum.

“Köylerimiz ve İnsanları” ilk kitabınız değil. Bu kitaptan önce yayınlanan bir öykü kitabınız daha var sanıyorum...

“Köylerimiz ve İnsanları” kitabımdan önce geçtiğimiz yıl nisan ayında bir öykü kitabım yayınlandı. Kısa öyküler olarak yayınlanan “Başlangıç” isimli bu kitabımda, Yenidüzen gazetesinin eki Adres Kıbrıs'ta yayınlanan öykülerimi

Ben de ilk kitabımda öykülerimi derlerken devaminin geleceğini düşünüyordum. Hatta bu kez daha önce hiçbir yerde yayınlanmayan öykülerimi kitap haline getirmek istiyordum. Ancak yeni öykülerden önce araya elinizdeki bu kitap geldi. Bir öykü kitabı daha yazmak için çalışmalarım devam etmekle birlikte, aklımda roman yazma fikri de var. Henüz zihnimde herhangi bir kurgu yok ama hedef olarak karşımda duruyor.

Kitap, Kıbrıs'ın köylerine ilişkin bir araştırma niteliği taşımakla birlikte aslında kendi içinde öykü tadı veren bir özelliğe de sahip. Böyle bir kitap kaleme almaya nasıl

karar verdiniz? Yoksa gittiğiniz bir köyden mi etkilendiniz?

Aslında bu kitap bir gazetecilik sürecinin ürünü diyebiliriz. 2000'li yılların başında köylerimize olan ilginin çok az olduğunu fark ettim. Köylünün sesi çok az çıkıyordu, gazeteciler oralara fazla uğramıyordu. O yıl Yenidüzen gazetesinde yayınlanmak üzere adanın kuzeyindeki köyleri tanımaya, izlemeye, görmeye ve konuşmaya çıktım. Bu ziyaretleri yapmaya başladıktan sonra baktım ki ilgi görüyorum, bu konuda çalışmaya devam etmeye karar verdim.

Biraz da bu köyleri nasıl seçtiğinizden bahsedelim...

Köyleri tesadüfi olarak seçiyordum. Gittiğim köylerde de yine aynı şekilde tesadüfi olarak mekânlar ve insanlar seçerek konuşmaya başlıyordum. Köylerin muhtarlarını ziyaret ediyor, kahvehanelere giderek köylülerle konuşuyordum. Böylece bölgede yaşayan insanların sorunlarını dinliyordum. Sonra da gelip bunları kaleme alıyordum. Kuzey'deki köylere ilişkin deneyimlerim ve yazı dizim bu şekilde devam etti.

Sadece Kuzey'deki köylere değil adanın güneyindeki köylere de kitabınızda yer verdiniz.

2003 yılında kapıların açılmasının ardından güneydeki köyleri ziyaret etmeye başladım. İlk kez eşimin ailesinin köyü olan Baf'ın Ayanni köyüne gittik. O gün yalnız değildik. Kiraladığımız otobüsle bir grup Ayannili Kıbrıslı Türk'le bu ziyareti gerçekleştirdik. O gün Ayanni'ye giderken o insanların heyecanı, köye yaklaştıkça hissettikleri duygusallık, paylaştıkları anılar beni çok etkiledi. Aramızdaki yaşlı insanların o gün adeta gençleştiğine tanıklık ettim. Normalde yürümekte zorlanan insanlar o gün adeta köyelerine koşuyorlardı. Çok etkilendim. Gazetede Ayanni'yi de yazdım, ardından fark ettim ki Güney'deki

köylere de okuyuculardan çok ilgi var. Eşimin ailesi gibi köyünü ziyarete giden insanlar bana ulaşmaya, "bizim köyümüze de gel" demeye başladılar. Ben de bunun üzerine yazılarıma Güney'deki köyleri de dahil ettim.

Kuzey'deki köyleri tesadüfen seçtiğinizi söylediniz. Oysa okurken farkediyorum ki sanki hep yokluk olan köylere gitmişsiniz. Yoksa köylerimizde gerçekten ciddi yoksunluklar var da biz mi bilmiyoruz, görmüyoruz...

Tüm köyler öyle değil tabii. Bazı köylerimiz şehirlere çok yakın, kentleşen köyler... Ancak ben yakın köylerimize gitmek ve buraları yazmak yerine daha uzak köylere, dediğin gibi sorunların olduğu, mahrumiyet bölgesi diyebileceğimiz yerlere gittim. Biraz da bu yöndeki tercihlerim sonucu ortaya böyle bir metin çıktı.

Ziyaret ettiğiniz bu köyler arasında sizi en çok neresi etkiledi?

Tabii Karpaz tarafındaki köylerden çok etkilendim. Burada çoğunlukla Türkiye kökenli vatandaşlarımız yaşıyordu. Buralarda gerçekten yokluk, işsizlik ve çok sorun vardı. Oralarda olmak çok etkileyiciydi. Aile faktörleri, yaşam şartları beni çok etkiledi. Onların hikayelerini dinlerken de, gazeteye yazarken de çok duygulandım. Bir köyde bir ailenin sadece ayrelli satarak geçinmeye çalıştığına şahit olduğumu hatırlıyorum. Bu derece yokluğun ve işsizliğin olduğu yaşamlar vardı.

Kitap bir anlamda okuyucuya adanın iki tarafındaki köyleri karşılaştırma fırsatı da veriyor. Ortaya çıkan tabloda Kuzey'deki yokluk göze batıyor...

Güney'de ziyaret ettiğim köyler 1974 öncesi Kıbrıslı Türklerin yaşadığı köylerdi. Günümüzde, 74 öncesi

Kıbrıslı Türklerin yaşadığı bu köyler yerleşime çok da açık olmayan, Kıbrıslı Rumların daha az sayıda yaşadığı bölgeler. Bazıları tahrip olup harabeye dönüşürken, bazıları restore edilerek kiralanıp yazlık olarak kullanılan köy evlerinden oluşuyor. Dolayısı ile özellikle tatil için kullanılan köylerde senin de dediğin gibi çok daha refah ve rahat bir tablo karşımıza çıkıyor. Her iki taraftaki insanların yaşamları birbirinden çok farklıydı diyebilirim.

Bu köyleri yazdığınız dönemden bu yana on yılı aşkın bir zaman geçti. O günden bu güne köylerimizde gelişme sağlanabildi mi, bir gazeteci olarak gözlemlerinizi nedir?

Tabii okuyucular da bunu gözlemleyebilir. Kıyas yapabilirler. Ben o zaman gezdiğim köyleri bugün yine geziyorum. Değişen çok da fazla birşey yok. Belki ulaşım ve yollarda düzelme yaşandı ama en önemlisi yaşam şartlarında iyileşme gözlemleyemedim. İşsizlik hala en önemli sorun. Özellikle de gençlerin kitabımı okuyarak gitmedikleri bazı köylere gidebileceklerini, kendi yaşamları ile oradaki yaşamları kıyaslayabileceklerini düşünüyorum. Bu anlamda da kitabın önemli olduğunu düşünüyorum.



Ali Bizden ve “Partizan”

Ali Bizden Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden. Reklam Şirketi ve Söylem matbaası ile basında farklı görevler üstlenen Bizden, tüm bunların ötesinde siyasete ve hayata dair yazı ve yorumları ile çok tartışılan ve konuşulan isimlerden... Son olarak “Partizan” ismiyle yayınlanan yeni kitabı ile hem siyasete hem de gazeteciliğe ilişkin mizahi bir dille çarpıcı eleştirilerde bulunuyor. Kitabının içeriği yanında siyaset ve gazeteciliğe ilişkin fikirlerini bizimle paylaşıyor.

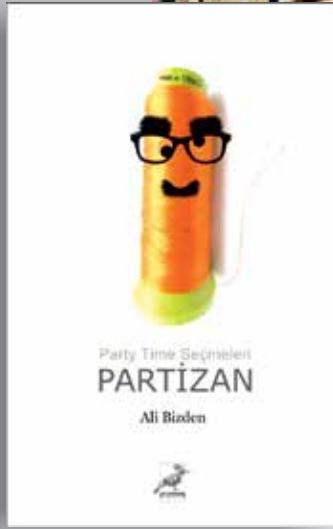
“Partizan” ismiyle yeni bir kitabınız yayınladı. Biraz kitabınızın içeriğinden bahsedelim...

Kitap 2012 erken ara seçimler döneminde ironi ve mizah ağırlıklı siyaset yazılarından oluşuyor. Siyasetçiler, farklı meslek grupları, toplumun farklı kesimlerinden insanlarla yaptığım görüşmelerden hareketle hazırladığım dönem profilini espri ile anlatan kısa bir çalışma oldu.

Saniyorum o dönemde bir radyo programınız da vardı ve bazı metinler programdan esinlenerek kaleme alındı...

Doğrudur; haftanın beş günü Radyo Havadis'te “Party Time” diye konsept bir program yaptım. O programların içerikleri burada yer alıyor. Aralarında gündemle ilgili başka yazılar da bulunuyor. Bu yazıların bir kısmı köşe yazısı olarak Havadis gazetesinde yayımlanmakla birlikte herhangi bir yerde yayımlanmayan yazılar da bulunuyor.

Kitabın isminden içeriğinin siyaset yazılarıyla ilgili olduğu anlıyoruz. Ancak kitabı farklı bölümlere ayırdığınızı görüyoruz...



Tema olarak baktığımızda, Cumhuriyetçi Türk Partisi ile ilgili çok şey konuşuldu ve

yazıldı. Dolayısıyla o yazıların ayrı bölüm olması gerektiğini düşünerek onları bir araya getirdim. Siber Siber ile ilgili CTP'den ayrı konuşulan, tartışılan ve yazılanlar var. Bazı yazılar tümüyle gündelik hayatla ilgiliydi, bunları da bölümlere ayırdım. Okuyucu için bir radyo programını baştan sona dinler gibi olmasın, tematik olarak belli konuların bir araya geldiği başlıklar olarak ayrılсын diye düşündüm. Yazılar böylece tarih sırasına göre değil de içeriğe göre sınıflandırıldı.

Kitapta neden parti olarak CTP ve UBP'ye, politik figür olarak da Siber Siber ve Mehmet Ali Talat'a daha fazla yer verdiniz? Bu sizin tercihiniz mi yoksa toplumun bu parti ve kişilere olan ilgisinin sonucu mu?

Bunlar hep çok konuşulan isimler. Toplumun gündelik hayatında da, o dönemin gündeminde de fazlasıyla yer alan isimler. Mutlaka onlara olan özel ilgim, hissettiğim sevgi, saygı ve

politik yönden onları takip etmekteki heveskarlığım da bu yazıların oluşmasında etkili oldu. Gerek Talat, gerekse Siber Cumhuriyetçi Türk Partisi'ndeki önemli simgesel isimlerdir. Dolayısı ile çalıştıklarına-çalışamadıklarına, söylediklerine-söyleyemediklerine özel ilgi duydum. Bunun yanında Ulusal Birlik Partisi de Kıbrıs Türk siyasetinde, beğenirsiniz ya da beğenmezsiniz, destekler ya da desteklemezsiniz, belli bir kesimi temsil eden, gönlünde yer bulan bir partidir. O dönem de son derece eğlenceliydi. Kurultay kavgaları, mahkemeler, Küçük'ün saçını boyaması gündemdi. Dolayısıyla bu olaylar yer buldu kitapta, ayrı bölümler oluşturdu.

Kitapta kendinize özgü bir anlatımla siyasi partilerin içinde bulunduğu açmazlara ilişkin sınıflandırmalar ve açıklamalar yapıyorsunuz. Sorunsuz siyaset diye bir şey mümkün olabilir mi?

Sorunsuz siyasi parti olmaz herhalde. Parti sahibi olmakla sorun sahibi olmak aynı şey diye düşünmekteyim. Tüm siyasi partilerin benzer sıkıntıları oluyor. Sonuçta toplumun üyelerinden oluşan, toplumun genelinde ne gibi açmazlar varsa

onları kurumsallaştırarak yeniden üreten yapılardan bahsediyoruz. Asıl olan siyaset değişmesi mi, yoksa toplumun değişmesi mi bilemiyorum tabii... Bu durum yumurta mı tavuktan, tavuk mu yumurtadan gibi bir şeye benzer... Partilerin kendileri de ciddi sıkıntı ve açmazları olduğunu ifade ediyorlar. Bunlarla ilgili yazılar yazıp, soruşturmalar başlatıyorlar.

Aslında gazetecilik eğitimi aldınız ama siyasete özel ilginiz olduğunu gözlemliyorum. Bu fikrim sadece bu kitap ya da seçim döneminde yaptığınız siyasi içerikli programdan öte, sosyal medyada da sürekli siyasete ilişkin eleştiri, fikir ve beyanlarınızdan kaynaklanıyor...

Toplumla, toplumun yönetimi, bu günüm ve yarınım ile ilgili kararların üretildiği mekanizmalarla ilgili görüşüm ve değerlendirmem olmasaydı sanırım abes olurdu. Elbette siyasete özel ilginiz var. Çünkü iyi bir hayat yaşamak istiyorum. Yaşadığımız bu kötü hayatın en büyük sorumlularından birinin de kötü siyaset olduğunu düşünüyorum.

Hayatlarımızda kötü giden ne varsa onlarla ilgili kararların alındığı mekanizma ve tartışmaların yapıldığı yer siyaset dediğimiz kurumdur. Bunu bile siyaseti yok saymak ve siyaseti sorunsuz kılmak çok zor. Sosyal medyayı kullanırken şarkı, türkü, yemek veya mangal paylaşmak, sürekli bunları yapmak biraz gerçeklerden kaçmak demek. Genel olarak gazeteciliğe merakım olduğu için, biraz da o konuda mürekkep yaladığım için gazeteciliğin aslında başkalarının yazmasını istemediği şeyleri yazmak, başkalarının söylemesini istemediği şeyleri söylemek gibi görevleri olduğunu bildiğim için meselelere politik perspektiften yaklaşmayı tercih ediyorum. Ülke siyaseti kopmuş gidiyor, bambaşka bir alemde yaşıyor. Ancak benim ve yurttaşın gerçeklikleri ayakları yere basan şeyler. Siyasetçi gerçeklikten ne kadar koparsa o kadar

saçma sapan işler yapar. Hükümetlere, meclise bir önceki veya iki önceki iktidarlara bakıyorum, maalesef çoğunun Kıbrıs Türk toplumunun yaşadığı düzlemden farklı boyutta yaşadığını görüyorum. Ben de icraatlarını ve kararlarını eleştiriyorum. Esas gayretim siyasetteki uçuşun durduğumuz yerden bakarak tercümesini yapmak, uçan siyasetçi ile ayakları yere basan yurttaş arasında tercüman olmak.

Yazılarımızın birinde İzmir'deki gazetecilik tecrübenizi paylaşıyorsunuz. Orada biraz geçmişteki gazetecilikle günümüz gazeteciliğini kıyashyorsunuz. Bugünkü gazeteciliği daha mı kolay görüyorsunuz?



Ben gazetecilik yapmaya ve eğitimime 1989 yılında İzmir'de başladım. O yıllar internet, sosyal medya ve dijital fotoğraf makinelerinin olmadığı yıllardı. Ancak çok uzun soluklu gazetecilik tecrübem olmadı. Eğitim hayatımın devam ettiği yıllarda İzmir ve Ankara'da gazetecilikle uğraştım, burada da bir dönem Kıbrıs gazetesinde çalıştım. Yine de kendimi, eğitim, misyon ve duruş olarak hep gazeteci gibi hissettim. Kimse alınmasın ve kırılmasın ama bundan da hoşlanıyorum. Ama gazeteciyim, bu işte iyiyim, değilim; onu hiç konuşmam. Konuşmak da haddim değildir. O yıllardaki gazetecilik deneyimlerim bana bugün gazetecilik yapmanın çok çok daha zor olduğunu gösteriyor. Her şeyin ayan beyan ortaya döküldüğü ve konuşulduğu ortamda söyleyecek yeni şeyler bulmak çok ciddi yaratıcılık, hayat felsefesi ve

güçlü bakış açısı gerektiriyor. Bunlar da zor şeyler. Bunlara sahip olmak, olduktan sonra da güçlü tutmak kolay değil. Bilgiye ulaşmak günümüzde çok kolay. Eskiden en basit bir bilgi için kütüphanelerde saatlerce araştırma yaparken bugün internette aradığımız bilgiyi anında bulabiliyorsunuz. Bu da haberlere bilgi ve geçmiş eklemeyi, haberleri daha anlamlı hale getirmeyi mümkün kılıyor. Ancak bu yapılmıyor. Şu an yapılan gazetecilik, durum gazeteciliğinden ibaret. Bana sorarsanız bu içeriksiz, istatistik ve araştırma içermeyen haberler Kıbrıs Türk toplumunun mutsuzluğunun en önemli sorumlusudur. Kötü gazetecilik yapıyoruz. Elimizin altındaki bilgileri kullanmıyoruz. Burada bireysel olarak gazetecilerin dünya görüşleri, hayata

bakış açıları ve durdukları yerle ilgili sorun olduğunu düşünüyorum. Okuyucuya, iki araba çarpıştı demek başka, o iki arabanın çarpışmasını zorunlu kılan siyasal, toplumsal, kültürel ve yol durumu ile ilgili bilgi eklemek başkadır. Haber ancak o zaman haber olur. Sadece durum tespiti yapmakla kalmayıp, nedenleri de ortaya koyarsak siyaset gelişebilir. Böylece toplum siyaseti harekete geçirebilir. Siyasetin toplum hayatını iyileştirmeye yönelik alacağı kararlarda

gerçekliğin ne olduğu ile ilgili yurttaşın duruşu, bakışı siyasette dürtü gücü olur. Haber, o dedi, bu dedi olursa, bunlar arasında ilişki kurulmazsa bütün gerçeklik parçalanır ve böyle eklektik, birbiri ile örtüşmeyen, havada uçan çok şey varmış gibi olan ancak hiçbir şey olmayan bir mecraya çıkar. Bir gazeteci bir şeyin peşine düşüp, bıktırana, usandıranaya, hatta mide bulandıranaya kadar yazmalı. Gazetecilik böyle bir şeydir. Gazetecinin aynı haberi, aynı konuyu günlerce ve defalarca yazması bu meslekle uyuşan bir şeydir. Ülkede sonuç alana kadar tekrarlanması ve gündemde tutulması gereken o kadar çok konu var ki... Günümüzde gazetecilik gündelik hayatın içinde akıp gidiyor. Oysa gazete ve gazeteci akıp giden değil, akışa müdahale eden, akışı yaratan merci olmalı.



Ergül ERNUR
ergulernur@gmail.com

Zor iş ama vazgeçemiyoruz

■ *Gazetecilikte anılar saymakla bitmez aslında, çünkü 24 saati aktif olan bir mesleğe sahibiz. Ben de bazı meslektaşlarıma, meslek hayatlarında unutamadıkları anılarını sordum ve ilginç anekdotlarla karşılaştım...*

Zor bir iş yapıyoruz... Yazmak, haber peşinde koşmak, haberi atlamamak ve halkı doğru bilgilendirmek kaçınılmaz gerçeklerimiz. Gazetecilikte saat mevhumu olmadan çalışmak, bizi yoruyor belki. Ama günün sonunda ortaya çıkardığımız malzeme, bize haz veriyor. Klavye tuşlarına basarak koyduğumuz son noktadan sonra, sandalyemize yaslanıp 'başardım, işte bu' dedirten haber, yüzümüzde tebessüme neden oluyor.

Yazmak ve anlatmak kolay değil tabi ki, ama ruhunuzda bu işi yapmak varsa her şeyin üstesinden gelebilecek gücü kendinizde buluyorsunuz.

Gittiğiniz her haberde, yazmaya çalıştığımız birçok olayda beklemediğiniz birçok durumla karşılaşsınız. Kimisi beyninize



Emine UYSAL

kazınır unutamazsınız; kimisine de, 'tatlı bir andı' diyerek not düşüp orada bırakırsınız.

Gazetecilikte anılar saymakla bitmez aslında, çünkü 24 saati aktif olan bir mesleğe sahibiz. Ben de bazı meslektaşlarıma, meslek hayatlarında unutamadıkları anılarını sordum ve ilginç anekdotlarla karşılaştım...

Emine Uysal, meslek hayatında ilk kez ceset gördüğü günü ve polislin açıklamasını hiç unutmuyor

“Kuyuda üç ceset daha var”

Emine Uysal, şu an KIBRIS Gazetesi'nde muhabir olarak çalışıyor. Kriminal olaylara ilgisini bilmeyen yok. Cinayet, hırsızlık, soygun gibi birçok ilginç olayı yerinde takip edip, olayı çözmeye veya nasıl olduğunu araştırmaya yönelik merakı oldukça fazla.

Ülkemizin son yıllarda suç cenneti olduğu herkesin malumu. Hal böyle olunca Emine Uysal'a birçok iş çıktı. Gittiği her kriminal olayda ilginç durumlar yaşayan arkadaşım, ilk unutamayacağı meslek anısını Yenidüzen Gazetesi'nde çalışırken yaşadı.

Yıl 2006...Emine Uysal, köy muhabirliği yapıyor. Yolda giderken Sivil Savunma Arama

Kurtarma ekiplerinin araçlarının geçtiğini gördü. Gazeteci merakı ya, hemen telefona sarıldı ve ilgili birimleri aradı.

Karakum'da kuyuda boğulma vakası olduğunu öğrenir öğrenmez olay yerine gitti. Hayatında ilk kez o gün ceset gören Emine Uysal'ı orada onu bekleyen başka bir sürpriz daha vardı.

“Çaresizliği gördüm”

İşte o gün ve anı Emine Uysal anlatıyor:

“Mesleğimin ilk yılı olan bir ağustos sabahı Lefkoşa'dan Girne Boğazı'ndaki köylere doğru gazetenin aracıyla giderken, Sivil Savunma Arama Kurtarma ekiplerinin aracı son sürat aracımın yanından geçti. Hemen Sivil Savunma ekibinden bir kişiye ulaşarak olayın kuyuda boğulma vakası olduğunu öğrendim. Gazeteye de bilgi verdikten sonra olayın yaşandığı Karakum'daki Court Yard Inn Restoran'a doğru hızla yol aldım. Restoranın yerini bilmediğim için az da olsa gecikmeli olarak restorani bulabildim. Aracımı park ederek, hızlı adımlarla kuyunun başına gittim. Ekipler kuyunun başına konuşlanmıştı.

Etrafta 50'ye yakın Pakistanlı

yaşanan olayın acısıyla bağırarak ağlıyor, feryat ediyordu. İnsanın etkilenmemesi elde değildi. Kimisi dizlerinin üstüne çökmüş, kimisi baygınlık geçirir halde ama hepsi de acılı bir durumda öylece çaresiz bir haldeydi. Kaskatı kesildim

Kuyuda üç ceset daha var

Tam da o anda ekipler, bir erkek cesedini siyah bir torbaya yerleştirdiği esnada, fotoğraf makinemin deklanşörüne bastım. Kuyudaki cesedi çıkarma çabaları bitti sanmıştım. İçimden 'haberi yakaladım, işte bitti' derken, ekipler yeniden kuyuya doğru yöneldi.

Sırtına oksijen tüpü takılan bir görevli, yeniden kuyuya indirildi. Artık kuyunun tam da yanı başındaydık. Tanıdığım bir görevliye neden yeniden kuyuya girileceğini sordum. 'Kuyuda üç ceset daha var' dediğinde şok yaşadım. 'Nasıl yani? Nasıl olur' diye sorabildim. 'O zaman acele edilmeli' diyebildim. 'Kuyuda hava yok diğer üç kişi de öldü' dedi.

Kurtarma ekibinin sorumlusu, Pakistanlı gencin kuyuya düştüğünü, Pakistanlı restoran personelinin kuyu içerisindeki demir merdivenden inerek arkadaşını çıkarmaya çalıştığını ancak kuyudan çıkamadığını, bunun üzerine diğer iki Pakistanlı'nın arkadaşlarını kurtarmak için kuyuya indiğini ve onların da çıkamadığını anlatınca büyük şok yaşamıştım.

Bu sırada kurtarma ekibindeki görevli oksijen tüpüyle kuyuya çoktan inmişti. Diğer gazetelerden gelen muhabir arkadaşlarımızla birlikte kuyunun başında, ikinci cesedin çıkarılmasını görüntüledik. Uzun süren çabalar sonrası üçüncü ceset de çıkarılmıştı. Tam da ayaklarımızın içine... Her ceset çıkarıldığında aileleri, arkadaşları daha çok, daha derinden gözyaşı döküyor, feryat ediyordu.

Cesetlerin kuyudan çıkarılması ve morga sevk edilmeleri öğleden sonraya kadar sürmüştü. Nasır Mahmud (20), Nasır Ahmed (25), Umur Hayat (35) ve Mazor

Hüseyin artık birer ceset torbasındaydı.

“Arabaya bindiğimde bir ceset gibi kaskatıydım”

Birbirini kurtarmak isterken, dört genç adam hayatlarını kaybetmişti. Arabaya bindiğimde bir ceset gibi kaskatıydım. O insanların attıkları feryatlar hala kulağımdaydı. 'Bu iş buraya kadar' dedim içimden. Gazeteye bir an önce gidip, haberi yazdıktan sonra koşarak uzaklaşmak ve bir daha gazete binasının önünden dahi geçmemek geçti içimden.

Ama gazetecilik işleri biraz da aşk işi, bu işi yaparken ne kadar koyu bir acının içine düşse de insan, ertesi gün yine koyuluyor yazmaya.

Onca yıl geçti, hiç unutamam o insanların yaşadıkları o korkunç acıyı... Birbirlerini canları pahasına seven dört adamı da, ailelerini de, feryatlarını da ve o gün yaşadıklarımı unutmama imkan yok.

Gözde E. KARADENİZ



Hep dün gibi kalacak bende...

Gözde Ermetal Karadeniz, ilk kez dış habere çıktığında yaklaşık beş aylık hamileydi

“Bebeğimin Anastasiadis ile ilk tanışması”

Türk Ajansı Kıbrıs'ta (TAK) Rumca mütercim olarak görev yapan Gözde Ermetal Karadeniz, ayrıca Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği Yönetim Kurulu üyesi.

Gözde, 2008 yılında üniversiteden mezun olduktan hemen sonra ajansta işe başladı. Mesleğinde altıncı yılına girdi. Her gün Rumca günlük gazeteleri, radyo programlarını ve



ajanslarını takip ederek işini yapan Gözde arkadaşım, daha çok tercümanlık yaptığından dış habere fazla çıkmıyor.

Merak bu ya, illa Güney Kıbrıs'ta 2012 yılında yapılan genel seçimleri yerinde takip etmek istiyor. Rum Yönetimi Lideri Nikos Anastasiadis de orada olacak. Gözde, oldukça heyecanlı ve ısrarlı. Amirine bu isteğini iletiyor. Ancak önünde bir engel var... Karnında birkaç ay sonra doğmayı bekleyen bir bebek. Gözde, yaklaşık beş aylık hamile... Amiri 'kızım hamilesin, ya bir şey olursan? Göndermem seni' dese de Gözde, bu savaştan galip geldi. Beklediği an gelmişti... Artık Limasol'daydı. Anastasiadis de oy vermek için oradaydı. Gözde, ilk dış habere çıkış anısını şöyle anlatıyor:

“Amiri ikna ettim ve Limasol'a gittim. Artık seçim atmosferinin içinde heyecan dorukta, olup biteni izliyordum. Bir yandan meraklı bakışlarımla Anastasiadis'i izliyordum, bir yandan da elimle karnımdaki bebeğimi kalabalıktan korumaya çalışıyordum. Hiç beklemediğim bir kalabalığın içinde

bulmuştum kendimi, ama o atmosfer çok da hoşuma gitmişti. Anastasiadis oyunu kullandı ve açıklama yapmak için basın karşısına geçti. Her şey o ana kadar iyiydi. Ancak Anastasiadis, aracına binmek için yürümeye başladığında bir anda kalabalık da onunla birlikte hareket etmeye başladı ve Anastasiadis o kalabalığın içinden geçmek için elini kaldırdığında karnıma çarpmıştı. Bir an endişelendim, bir şey olmadığını anlayınca 'bebeğimin Anastasiadis ile ilk tanışması' dedim. Ama o günü ölümsüzleştiren, bana poz verdiği fotoğrafını çekmeyi başarmıştım”.

Ceren Özbil, ilk kez Merkezi



Cezaevi'ne gittiğinde bir babanın, mahkumiyet alan oğlu için söylediklerini unutamıyor

“Oğlum hata yaptı ama ben hâlâ onunla gurur duyuyorum”

Ceren Özbil, Havadis Gazetesi'nde muhabirlik yapıyor. O da habere

meraklı ve yazmayı seven biri. Meslek hayatında zor anlar geçirerek haber yazdığı günler çok oldu. Ama azmi sayesinde, girdiği birçok işi başarıyla sonuçlandırdı.

Ceren'in unutamadığı meslek anısı, Merkezi Cezaevi'ne ilk kez girdiğinde karşılaştığı sohbetler oldu. Bir babanın oğluna sahip çıkarak 'ben onunla gurur duyuyorum' sözleri Ceren'i çok etkiledi. Ama, unutamadığı an orada bitmemişti. Ceren, anlatıyor:

“Havadis'te çalışmaya başlayalı üç-dört ay olmuştu ve bayram gelmişti. Bayramın ilk günü nöbetçiydim. Haber için Merkezi Cezaevi'ne gönderildim. Hayatımda ilk kez cezaevinden içeri girecektim. Biraz endişeli, biraz meraklıyım.

Oradaki gardiyanlardan birinden yardım istedim ve mahkumlarla röportaj yapmamın sakıncası olup olmadığını sordum. O da 'konuşmak isteyen varsa röportaj yapabilirsin' dedi.

İlk önce genç bir mahkumla konuştum. Babasıyla yan yana yemek yiyordu. Babası bana 'Oğlum bir hata yaptı. Ancak ben hala onunla gurur duyuyorum. Oğlum bir kez daha hata yapmayacağı için hep yanında olacağım' dedi. Babasının oğluna bu denli sahip çıkması çok hoşuma gitmişti.

Bu olayın etkisiyle yanlarından ayrılırken birinin ayağına çarptığımı fark ettim. Kafamı kaldırıp yüzüne baktığımda üniversitede aynı fakültede okuduğum bir arkadaşım olduğunu gördüm. Adam öldürme suçundan cezaevinde yattığını biliyordum. Ancak cezaevine giderken karşılaştığımızı hiç düşünmemiştim.

Beni gördüğünde bana 'Aynı fakültede eğitim alıyorduk. Sen buraya röportaj için geliyorsun, bense mahkumum' demişti. Bu sözleri beni çok etkilemişti.”



YAVUZLAR Ltd.
PETROL



Güleryüz ve İyi Hizmetin Adresi

Şeker Sok. No: 26 Cihangir / Lefkoşa Tel:232 38 05 - 232 51 63



YAVUZLAR Ltd.
GARAJ

- *Her Türlü Yedek Parça
- *Torna İşleri
- *Kaporta İşleri
- *Oto Elektrik İşleri



Ercan Kavşağı Yanı Gökhan (Demirhan) Lefkoşa
Tel: 232 47 72 Fax: 232 50 38

info@yavuzlargaraj.com www.yavuzlargaraj.com

Bizim mahalle...



Doğuş ÖZOKUTAN
ÇİFTÇIOĞLU
dogusozokutan@gmail.com

Meslektaşlarımızın sevinci..

. Geçen sayıdan bu yana basın camiası yeni bebeklerle büyüdü. Gazete360 haber sitesi direktörü Aysu Basri Akter; BRT muhabirlerinden Sevil Özlü



Aligüllü, İçim Yalova, Emete Kutlugün Alkapon, TAK mütercim tercümanlarından İmren Yükselay Büyükdag, Havadis Gazetesi muhabirlerinden Duygu Alan ile Yenidüzen Haber Müdürü Fayika

Arseven Kişi anne; TAK muhabirlerinden Raif Uzkan bir kez daha baba oldu.

Bebeklerimize mutlu bir ömür dileriz.



Levent Özadam Kıbrıs Postası'nda yazmaya başladı

Deneyimli gazeteci Levent Özadam Kıbrıs Postası'nda yazmaya başladı. Özadam, 'kibristime' haber sitesinin genel yayın yönetmenliğine de devam ediyor.



Uğur Bayram adamızdan ayrıldı

Genç TV'de görev yapan Uğur Bayram, hem Genç TV'deki görevinden, hem de adamızdan ayrıldı. Bayram bu haberi facebook sayfasında şu satırlarla duyurdu: "Evet Kuzey Kıbrıs'taki yaşamın sonuna geliyoruz. Kasım ayı itibariyle artık Kuzey Kıbrıs'ta olmayacağım. Yeni adresim Türkiye Konya olacak. Bu kararı almak hiç kolay olmadı ama hayat

şartları ve/veya yaşam koşulları diyelim. Ada'da bulunduğum süre bana destek olan, bir şeyler öğreten (buradaki kişilerin ismini sayamayacağım kadar çok) herkese teşekkür ediyorum.



Züleyha Karaman Halkın Sesi'nde

Nisan ayında Diyalog gazetesindeki haber müdürlüğü görevinden ayrılan eski Anadolu

Ajansı Kıbrıs Temsilcisi Züleyha Karaman, Halkın Sesi gazetesinde çalışmaya başladı. Züleyha Karaman Halkın Sesi'nde haber editörlüğü yapıyor ve özel haber dosyaları hazırlıyor.



Hasan Karaokçu Uyuşturucu ile Mücadele Komisyonu Başkanlığı'na getirildi

TAK Ajansı editörlerinden Hasan Karaokçu, Uyuşturucu ile Mücadele Komisyonu Başkanlığı'na getirildi. Başbakanlık altında geçen haftalarda oluşturulan Komisyon, gençlerin uyuşturucu maddelerin zararları konusunda bilinçlendirilmesi ve farkındalık yaratılması konusunda çalışacak.



Diyalog TV yayın hayatına başladı

Diyalog TV (DTV) yayın hayatına başladı. Reşat Akar'ın Genel Yayın Yönetmenliği'nde ve Sezgin Madencioğlu'nun sorumluluğunda 4 Kasım tarihinden itibaren yayınlarına başlayan Diyalog TV, saat başı haberleri ve haber programlarının yanı sıra, gece kuşağında film ve dizilere de yer verecek.

Uydu platformunda da yayın yapan DTV, Sanayi Bölgesi'nde Diyalog Medya Grubu tesisleri içerisinde yer alıyor DTV, 4 Aralık 2013 tarihinde yayın hayatına başlayan Diyalog Gazetesi'yle koordineli bir yayın politikası güdüyor.

Aytuğ Türkkan, Çiğdem Aydın ve Mert Özdeş DTV'de



Aytuğ TÜRKKAN

Gazeteci Aytuğ Türkkan, AS TV Genel Yayın Yönetmenliği görevinden ayrılarak yayın hayatına yeni başlayan Diyalog TV (DTV) bünyesine katıldı. Burada Haber Müdürü olarak göreve başlayan Türkkan, Diyalog gazetesinde de siyasi yazılarına devam edecek. Türkkan, AS TV'deki Genel Yayın



Çiğdem AYDIN

Yönetmenliği ve programcılık görevinin yanı sıra gazete360'ta da köşe yazarlığı yapıyordu. Öte yandan Kanal T ve Genç TV'de sabah programları yapan gazeteci Çiğdem Aydın, Diyalog TV'de Güne Merhaba programıyla yine sabah

kuşağındaki yerini aldı. Çiğdem Aydın, Diyalog Gazetesi haber merkezindeki görevini de sürdürüyor. ADA TV programcısı Mert Özdeş de



Mert ÖZDEŞ

Diyalog TV'ye transfer oldu. Özdeş burada editör ve programcılık görevlerini yürütecek.

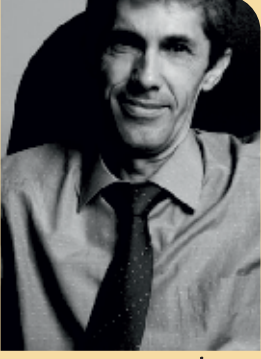
Emin Akkor AS TV'de

Aytuğ Türkkan'ın Diyalog TV'ye transferi sonrasında AS TV, Emin Akkor'u kadrosuna kattı. Deneyimli gazeteci Emin Akkor, AS TV Genel Yayın Yönetmenliği görevine getirildi. Akkor, bu görevinin yanı sıra kanalın sabah programını da devraldı.

gunlukkibris internet sitesi yayında Gazeteci Emin Akkor, AS TV'ye geçişi öncesinde kendisine ait gunlukkibris.com ismiyle bir haber sitesi de kurdu. Güncel haberlerin yer aldığı internet sitesinde özel haberlere de yer veriliyor.



Emin AKKOR



Prof. Dr. Süleyman İRVAN
Medya Etik Kurulu Başkanı
suleyman.irvan@gmail.com

Medya Etik Kurulu çok sayıda karara imza attı

■ *Medya dergisinin 9. sayısının yayımlandığı temmuz ayından bu yana, Medya Etik Kurulu 10'dan fazla yeni karar aldı. Bu sayıda, bu kararları kısaca özetlemeye çalışacağım.*

Karar 27: Gazeteciler aceleci ve peşin hükümlü olmamalı

Medya Etik Kurulu, ülkemizde son zamanlarda yaşanan bazı olayların medyada yansıtılışını değerlendirerek, gazetecilik meslek ilkelerini hatırlatma kararı aldı. Kurul, Gazetecilik Meslek İlkeleri'nin 4. maddesinde yer alan, "Basın yayın organları masumiyet karinesine saygılı olmalı, suçluluğu yargı kararıyla sabit olmadıkça herhangi bir kişiyi suçlu ilan edecek yayın yapmaktan kaçınmalıdır. Yargı süreci devam eden davalarda iddialar ve savunmalar adil ve dengeli biçimde aktarılmalıdır" şeklindeki ilkeye atıfta bulunarak, bu ilkenin dünyanın her yerinde, üzerinde hassasiyetle durulan evrensel bir meslek ilkesi olduğunu ifade etti. Kurul, medya tarafından yargısız infaza uğrayan insanların, hayatlarının kalan kısmını dışlanmadan geçirmelerinin neredeyse imkânsız hale geldiğini, Kıbrıs Türk medyasının "yargı kararı olmadıkça hiç kimsenin suçlu ilan edilemeyeceği" ilkesine uygun davranmasının hayati öneme sahip olduğunu hatırlattı.

Karar 28: Sosyal medyada yapılan paylaşımların kullanımına ilişkin tavsiyeler

Medya Etik Kurulu, medya kuruluşlarına, sosyal medyadaki paylaşımların kullanımına ilişkin aşağıdaki tavsiyelerde bulunmayı kararlaştırdı:

1) Gazeteci için aslolan "haber" değeri taşıyan bilgiler derlemektir. Her haberin "kamusal" niteliğe haiz olması gerektiği düşünüldüğünde, sosyal medyadan türetilen haberlerde de "kamu yararı" ilkesi akıldan çıkarılmamalıdır. Unutulmamalıdır ki sosyal medyada paylaşılan her bilgi ya da görüntü "kamusal" niteliğe sahip değildir.

2) Sosyal medyadaki her paylaşımın, gazetecilerin kullanımına açık hale geldiğini söylemek mümkün değildir. Her şeyden önce paylaşımının niyeti, önemli bir sınırlandırma getirmektedir. Bir kimsenin, kendi belirlediği sınırlar içinde paylaşmayı uygun gördüğü, kişisel veri niteliği taşıyan bir fotoğrafı o kişiden izin almaksızın kitlesele medyaya taşımak doğru değildir.

3) Her sosyal medya ağının kendine has bir doğası vardır. Buralardaki etkileşimler de haliyle doğasına uygun biçimde gerçekleşmektedir. Kişisel ve duygusal önemi taşıyan çıktığı mecralarda paylaşılan haber medyasına taşınması sıkıntılara yol açmaktadır. Bu bakımdan, sosyal medyadaki paylaşımları haberde kullanırken titizlik gösterilmesi ve paylaşımın bağlamına uygun hareket edilmesi gerekir.

Karar 29: Tecavüzü masumlaştıracak dil kullanılmamalı

12 Haziran 2014 tarihinden itibaren gazetelerde geniş biçimde haberleştirilen, 14 yaşındaki bir çocuğa tecavüz edilmesi iddiasıyla ilgili haberleri değerlendiren Medya Etik Kurulu, haberlerinde sorun tespit edilen gazeteleri uyarma kararı aldı. Kurul, bu olayda, bazı gazetelerin hem zanlıları hem de tecavüz mağduru konumundaki çocuğu mağdur edecek şekilde haberler yaptığını tespit etti. Ayrıca, bazı gazetelerin tecavüzü masumlaştıracak bir dil kullandıklarını da belirledi. Medya Etik Kurulu, bu değerlendirmeler ışığında, Haberal Kıbrıslı, Diyalog, Halkın Sesi ve Star Kıbrıs gazetelerini uyarma ve bu tür sansasyonel olaylarda gazetecilik meslek etiğine uygun bir dil kullanmaları çağrısında bulundu.

Karar 30: Kadın cinayetlerini "aşk cinayeti" şeklinde vermek doğru değil

Medya Etik Kurulu, 27 Haziran 2014 tarihli gazetelerde geniş biçimde yer verilen bir cinayet haberini re'sen değerlendirmeye aldı. Gazetelerde olayla ilgili haberleri inceleyen Kurul, öldürülen evli ve çocuklu kadınla, önce kadını sonra kendini vurduğu iddia edilen erkek arasında "gönül ilişkisi" olduğu şeklindeki dedikoduyu sayfalarına taşıyan Diyalog gazetesini; olayı "aşk cinayeti iddiası"yla aktaran Halkın Sesi gazetesini; habere "saplantılı aşk, sonunu hazırladı" başlığını atan Star Kıbrıs



gazetesini; haberi “Aşk cinayeti mi?” başlığıyla veren Volkan gazetesini uyarma kararı aldı.

Kurul kararında, aşk cinayeti şeklindeki haberleştirmenin, kadın cinayetlerini meşrulaştıran bir işleve sahip olduğu hatırlatması yapıldı. Kurul ayrıca, cinayet ve intihar gibi olaylara ilişkin haberlerde mozayiklenmemiş ve bariz biçimde belirgin olan ceset görüntüleri kullanmanın doğru olmadığı, bu tür görüntülerin maktûl yakınlarında travmalara yol açabileceği vurgulandı.

Karar 31: Medya Etik Kurulu'ndan haber sitelerine uyarı

Medya Etik Kurulu, kendisine ulaşan şikayetler çerçevesinde, bazı internet haber sitelerinin, İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nun özellikle üçüncü maddesini sürekli ihlâl ettiklerini gözlemlediğini, Deklarasyonun üçüncü maddesinde, “Başka bir medya kuruluşundan alınarak yayımlanan haberlerde kaynağın belirtilmesi ve medya

kuruluşunun kendi imkânlarıyla ürettiği özel haberlerin tamamının kullanılmayıp haberi üreten medya kuruluşuna link verilmesi esastır,” denildiğini ifade etti.

“Ancak üzülerken görmekteyiz ki, bazı haber siteleri başka bir medya kuruluşundan aldıkları özel haberleri ya hiç kaynak göstermeden veya kaynak göstererek ama tümüyle yayımlamaktadırlar” denilen kararda, Yenidüzen gazetesinin 18 Ağustos 2014 tarihinde yayımlanan, Ayşe Güler imzalı “Para transferi tartışma yarattı” başlıklı haberini sayfasına olduğu gibi kopyalayan www.kibris724.com haber sitesini, İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nun 3. maddesini ihlâl ettiği vurgulandı. Kurul, haber sitesini uyarma ve haberi deklaryasyona uygun hale getirme çağrısı yapma kararı aldı.

Karar 32: Salgın hastalık haberlerinde etik ihlâl var

25 Ağustos tarihli gazetelerde, yüksek ateş şikayetiyle Gazimağusa Devlet Hastanesi'ne bavuran Afrika kökenli bir öğrencinin Ebola

şüphesiyle karantina altına alındığı bilgisi verildi. Öte yandan, yine aynı haber içinde, yapılan tetkikler sonucunda hastaneye gelen gencin Ebola değil, Tifüs virüsüne yakalandığı ifade edildi. Olayla ilgili haber, Diyalog, Kıbrıs, Star Kıbrıs, Yenidüzen, Halkın Sesi, Vatan, Haberal Kıbrıslı, Havadis ve Kıbrıs Postası'nda geniş bir biçimde yer aldı.

Gazetelerde konuyla ilgili haberleri irdeleyen Medya Etik Kurulu, gazetelerin önemli bir kısmının hastanın açık ismini ve fotoğrafını yayımladığını tespit etti. Bu tespit çerçevesinde, gazetelerdeki haberlerde, Gazetecilik Meslek İlkeleri için de yer alan, “Hastanın izni olmaksızın, hastane ve benzeri kurumlarda hiçbir yolla ses ve görüntü alınmamalı ve hastanın kimliği açıklanmamalı” şeklindeki etik ilkenin ihlâl edildiği sonucuna ulaştı. Kurul, ihlali gerçekleştiren, Diyalog, Haberal Kıbrıslı, Havadis, Halkın Sesi, Kıbrıs, Kıbrıs Postası ve Star Kıbrıs gazetelerini uyarma kararı aldı. Medya Etik Kurulu, salgın hastalık gibi tüm toplumu yakından ilgilendiren bir konuda medyanın

haber yapmasının doğal ve gerekli olduğunu; ancak sansasyonel ve toplumda paniğe yol açabilecek şekilde yapılan haberlerin faydadan çok zarara yol açabileceğini hatırlattı.

Karar 33: Trafik kazası haberlerinde detaylara dikkat edilmeli

Medya Etik Kurulu, 30 Ağustos Cumartesi gecesi meydana gelen trafik kazasında vefat eden Asya Rıdvanoğlu'yla ilgili haberleri gündemine alarak, kaza haberlerinde detay verirken dikkatli olunması çağrısı yaptı. Kurul kararında, “medyanın temel görevi, kuşkusuz, kazanın oluş şekli ve nedeniyle ilgili toplumu doğru biçimde bilgilendirmektir. Ancak, evrensel gazetecilik ilkeleri, başta kanlı fotoğraflar olmak üzere, kaza haberlerinde bazı detayların verilmemesi gerektiği yönündedir. Sarsıcı kaza haberlerinde, ailenin acısını daha fazla artıracak detaylardan kaçınılmasını tavsiye ediyoruz” denildi.

Karar 34: Tecavüz haberlerinde mağdurun kimliği yayımlanmamalı

www.kibristime.com haber sitesinde 26 Ağustos'ta yayımlanan “Mağusa'da tecavüz” başlıklı haberde mağdurun açık ismi verilmişti. Medya Etik Kurulu, ilgili haber sitesine, tecavüz haberinde düzeltme yapma talebinde bulundu ve haber sitesi de gerekli düzeltmeleri yaptı. Kurul kararında hem haber sitesine teşekkür edildi hem de hatırlatma yapıldı: “Medya Etik Kurulu olarak, tecavüz haberlerinde uyulması gereken meslek ilkesini bir kez daha hatırlatmak isteriz. Cinsel dokunulmazlığa, kadın ve çocuk istismarına ilişkin suçlarda, mağdurun açık ismi ve fotoğrafları yayımlanmamalı; kimliğini ortaya çıkaracak yayımlardan kaçınılmalıdır.»

Karar 35: Kişilik hakları ihlâl edilmemeli

Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın KKTC ziyareti sırasında, Cumhuriyet Meclisi Başkanı Sibel Siber ve Başbakan Özkan Yorgancıoğlu ile sohbeti sırasında çekilmiş bir fotoğraf karesi sosyal medyada çokça paylaşıldı ve üzerine değişik yorumlar yapıldı.

Medyada çokça tartışılan bu konuyu değerlendirmeye alan Medya Etik Kurulu, politikacıların ve kamuya mal olmuş kişilerin eleştirilmelerinin normal karşılanması gerektiğini, ancak yapılan eleştirilerde kişilik haklarına saygı gösterilmesinin ve özellikle de cinsiyetçi yorumlardan kaçınılmasının gerekli olduğunu vurgulama kararı aldı. Kurul, sosyal medyada yapılan paylaşımların ve yorumların editoryal süzgeçten geçmeden gazetelere ve haber sitelerine taşınmasının da etik açıdan doğru olmadığını ifade etti.

Karar 36: Gazeteci Levent Özadam'a uyarı

CTP-BG Girne Milletvekili Fazilet Özdenefe'nin yaptığı şikayet başvurusunu değerlendiren Medya Etik Kurulu, Kıbrıs Postası gazetesi ve Kıbrıs Time internet sitesi yazarı Levent Özadam'ın, 15 Eylül 2014 günü yayımlanan “Devlet Siziniz Hanımefendi!” başlıklı yazısında Gazetecilik Meslek İlkeleri'nin “kişi ve kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde aşağılayan, hakaret içeren ifadeler kullanılmamasını” öngören 21'inci maddesinin ihlâl edildiğini karara bağladı.

Karar 37: Gece kulübü haberlerinde özendirme var

Medya Etik Kurulu, gece kulüplerinde işlenen cinayetler sonrasında artan haberlerle ilgili olarak yaptığı değerlendirme çerçevesinde, gazetecileri, gece kulüplerinin reklamını yapar şekilde haber yapmaktan uzak durmaya davet etme kararı aldı. Kurul, 23 Eylül'de Havadis gazetesinin manşetten

yayımladığı “361 Seks Kölesi” haberi ile Detay gazetesinin 24 Eylül'deki “Seksün Bedeli” başlıklı manşet haberlerinde, bu mekânlarda çalışan konsomatrislerin seks köleleri olarak kullanıldıkları ve devletin buna göz yumduğu vurgulanmakla birlikte, haberlerin sunumunda sanki de bu mekânlar cazip mekânlanmış duygusu yaratıldığını ifade etti.

Kararda şu ifadeler yer verildi: “Kurulumuz, ülkenin en önemli sorunlarından birisi olan gece kulüpleriyle ilgili haber yapmanın gazetecilerin doğal görevleri arasında bulunduğunu vurgulamakla birlikte, kaç yaparken göz çıkarmak gerektiğini, sorumlu yayıncılık anlayışı gereği gece kulüplerine gitmeyi özendirerek tarzda habercilik yapmaktan uzak durulmasının zorunlu olduğunu hatırlatma kararı almıştır.”

Karar 38: Cyprus Metropolitan, özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlâl etti

Medya Etik Kurulu, Cyprus Metropolitan adlı haber sitesini, “özel yaşamın gizliliği” ilkesini çiğnediği gerekçesiyle kınadı. Ayrıca, ilgili siteye, kınamaya yol açan haberi yayından çekme çağrısında da bulundu.

Kurul kararında, Cyprus Metropolitan sitesinde yayımlanan haberle ilgili şu ifadeler yer verildi:

“Kurulumuz, yaptığı inceleme sonucunda, söz konusu haberde 'özel yaşamın gizliliği' ilkesinin ihlâl edildiğini saptamıştır. Bunun yanında, haberde kişisel yazışmalara yer verilmesini ise 'kişisel haberleşmenin gizliliği' ilkesine yönelik ciddi bir saldırı olarak değerlendirmiştir. Ayrıca, haberin baştan sona tek taraflı bir bilgilendirme sonucunda kaleme alındığı sonucuna ulaşmıştır. Kurulumuz, meslek ilkelerine yönelik ağır ihlâl nedeniyle Cyprus Metropolitan haber sitesini kınama ve site yönetimine söz konusu haberi derhal yayından çekme çağrısında bulunma kararı almıştır.”

Karar 39: Kıbrıs Manşet'e uyarı

Medya Etik Kurulu, bir okur şikayeti üzerine gündemine aldığı, Kıbrıs Manşet isimli haber sitesinde 10 Ekim 2014 tarihinde yayımlanan “Lefkoşa'da İntihara Teşebbüs” başlıklı haberden dolayı ilgili siteyi uyarma kararı aldı. Kurul kararında, intihar teşebbüsünde bulunduğu öne sürülen kadının adının, yaşının ve yaşadığı yer bilgisinin açık biçimde verildiği ve aynı zamanda intihar yönteminin de aktarıldığı ifade edildi. Kararda şu ifadelere yer verildi: “Haberi değerlendiren Kurulumuz, intihar konulu haberlere ilişkin önceki kararında vurgulanan tavsiyelere uygun habercilik yapmayan Kıbrıs Manşet haber sitesini uyarma kararı aldı.”

Karar 40: Cumhuriyet Meclisi'ne çağrı

Medya Etik Kurulu, Cumhuriyet Meclisi'ne çağrı yaparak, Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanı'nın Korunması (Değişiklik) Yasa Önerisi'nin bir an önce yasalaşmasını talep etti. Kurul kararında şu ifadelere yer verildi: “30 Nisan'da Cumhuriyet Meclisi Hukuk ve Siyasi İşler Komitesi'nde görüşülerek Meclis'e sevk edilen ve Özel Hayatın ve Hayatın Gizli Alanının Korunması Yasası'nda basın özgürlüğünü güvenceye alan değişiklikler öngören Değişiklik Yasa Önerisi 5 aydan fazla bir süredir gündeme alınmamıştır. Ortaya çıkabilecek olası sorunların önüne geçmek ve basın özgürlüğüne ilişkin kaygılarımızı gidermek açısından önerinin bir an önce Meclis gündemine alınmasını ve yasalaşmasını bekliyoruz.”

MEDYA ETİK KURULU'NDAN HABER SİTELERİNE UYARI

Medya Etik Kurulu, haber sitelerinin intihal haber kullanmalarına ilişkin bir uyarı yayımladı. Uyarıda şu ifadelere yer verildi: “Bazı internet haber sitelerinin, İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nun özellikle üçüncü maddesini sürekli ihlâl ettiklerini gözlemekteyiz. Bu ihlâl yapan haber siteleri arasında deklarasyona imza koyanlar da vardır. Deklarasyonun üçüncü maddesinde, 'Başka bir medya kuruluşundan alınarak yayımlanan haberlerde kaynağın belirtilmesi ve medya kuruluşunun kendi imkânlarıyla ürettiği özel haberlerin tamamının kullanılmayıp haberi üreten medya kuruluşuna link verilmesi esastır,' denilmektedir. Ancak üzülererek görmekteyiz ki, bazı haber siteleri başka bir medya kuruluşundan aldıkları özel haberleri ya hiç kaynak göstermeden veya kaynak göstererek ama tümüyle yayımlamaktadırlar. İnternet Gazeteciliği Deklarasyonu'nu bir kez daha hatırlatma ihtiyacı duyan Medya Etik Kurulumuz, bu tür ihlallerin devam etmesi halinde ilgili haber sitelerinin isimlerini kamuoyuyla paylaşma ve uyarma kararı almıştır.”

“TAK, MEDYA ETİK KURULU AÇIKLAMASINA SANSÜR UYGULAMIŞTIR”

Medya Etik Kurulu, aldığı son kararlarla ilgili olarak Türk Ajansı Kıbrıs'a (TAK) gönderdiği basın açıklamasına ajansın sansür uyguladığını, bunun kabul edilmesinin mümkün olmadığını da açıkladı. Medya Etik Kurulu tarafından

yapılan konuyla ilgili açıklama şöyle:

“TAK, son aldığımız kararlarla ilgili olarak geçtiğimiz basın açıklaması üzerinde, daha önce hiç yapmadığı şekilde tasarrufta bulunarak, eleştirilen gazetecilerle medya kuruluşlarının isimlerini haberden çıkarmıştır. Daha önce açıklanan Medya Etik Kurulu kararlarını isim vererek yayımlamaktan kaçınmayan TAK'ın, son karardaki isimleri çıkararak haber yapması çifte standart uyguladığının bir göstergesidir. Ayrıca böyle bir uygulama, genelleme yapılmasına yol açmakta ve görevini etik kurallara uygun olarak yerine getiren medya kuruluşları açısından haksızlığa neden olmaktadır.

Gazetecilerin ve kamuoyunun da bildiği gibi, Medya Etik Kurulu, medyadaki etik ihlallere ilişkin şikâyetleri değerlendirmekte ve yaptığı değerlendirme sonucunda gazetecileri ve medya kuruluşlarını isim vererek uyarılmaktadır. TAK elbette, kendisine ulaşan basın açıklamaları üzerinde, açıklamanın özüne dokunmadan ve sansürlemeden editöryal müdahale yapma hakkına sahiptir. Ancak bunu yaparken, sansürden kaçınmalı ve temel habercilik kurallarından ayrılmamalıdır. Bir haberde olması gereken Kim sorusunun karşılığı, TAK'ın son yaptığı haberde cevapsız kalmıştır. Böylece Medya Etik Kurulu, ismi bilinmeyen bir gazeteci ile yine ismi bilinmeyen gazeteleri uyarmıştır. Medya Etik Kurulu'nu işlevsizleştirici ve değersizleştirici bir noktaya düşüren bu müdahaleyi kabul etmemiz mümkün değildir.”



KTGB'DE YENİ DÖNEM

Yeni yönetim kurulu İzzet Volkan'ı başkanlığa getirdi

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği'nin olağan genel kurulu 13 Eylül'de yapıldı, birlikte yeni bir dönem başladı. Genel kurulda, iki yıl boyunca görev yapacak yeni yönetim, onur ve denetçiler kurulu üyeleri seçildi.

Genel kurulda seçilen yeni yönetim kurulu, kendi arasında yaptığı görev dağılımıyla şöyle oluştu:

“Başkan İzzet Volkan, Başkan Vekili Mustafa Kortun, Genel Sekreter Ergül Ernur, Sayman İbrahim Güneşer, Örgütlenme Sekreteri Gözde Ermetal Karadeniz, Dış İlişkiler Sekreteri Simge Çerkezoğlu, Eğitim Sekreteri Zafer Kodan, faal üyeler de Sami Özuslu ile Halil Davulcu.”

Vicdan Işıman ile Elmas Tokay ise yönetim kurulu yedek üyeleri oldu. Onur Kurulu Perihan Aziz, Hasan Canpolat, Ümral Akpınar ve yedek üye Özgül Gürkut

Mutluyakalı'dan; Denetçiler Kurulu ise Artun Çağa, Ali Baturay, Damla Soyalp ve yedek üye Cenk Mutluyakalı'dan oluşturuldu.

Sekreter Vedia Çağa

Öte yandan KTGB lokalinde hizmet veren birlik sekreterliği görevine de Vedia Çağa getirildi. Yeni yönetimle birlikte Vedia Çağa da işbaşı yaparken, yarı zamanlı olarak açık tutulacak birlik lokalinde 09.00-12.30 arasında üyelere hizmet veriliyor.

Basın Kartı Komisyonu Başkanı Mustafa Kortun oldu

Basın Kartı Komisyonu Başkanlığı'na aynı zamanda Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği Başkan Vekili de olan Mustafa Kortun getirildi.

İki dönemden beri Osman Kurt'un yürüttüğü komisyon başkanlığına KTGB yönetim kurulu kararıyla birliği temsilen Kortun atandı. Komisyon, Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği yanında Kıbrıs Türk Spor Yazarları Derneği, Kıbrıs Türk Gazeteciler Cemiyeti ve Dış Basın Birliği'nden birer temsilci yanında komisyon tarafından belirlenen sürekli basın kartı hamili bir üyeden oluşuyor.

Mustafa KORTUN



KTGB Yönetim Kurulu 2014-2016 Çalışma Programı

KTGB'nin 13 Eylül'deki genel kurulunda seçilen yeni yönetim kurulu çalışma programını duyurdu.

Yeni dönemin çalışma programı şöyle:

1- Mesleki Sorunlar:

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği basın özgürlüğü önündeki engellerin aşılması, özgürlükçü basın ortamının oluşması için etkin rol oynamaya bu dönemde devam edecektir. Bu alanda yasal ve mesleki çalışmalara demokratik katılımçılık ilkesi çerçevesinde üyelerinin görüşlerini de yansıtabilecek şekilde katkı koyacaktır.

Birlik, basın sektöründe yaşanan sorunlarla aktif şekilde ilgilenmeye devam edecektir.

Gerek çalışanların uğradığı haksızlıklar ve çalışma koşullarındaki anomalilerin giderilmesi, gerekse basın kuruluşlarının yaşamakta olduğu ekonomik ve haksız rekabetten kaynaklanan sorunların aşılması konusunda her türlü çalışma yapılacaktır.

Etik sorunları gidermek için oluşturulan ve birlik temsilcimizin de yer aldığı Medya Etik Kurulu'na desteğimiz sürecektir. Medya Etik Kurulu'nun etik sorunların aşılmasında daha aktif ve söz sahibi bir pozisyona gelmesi yönünde çalışmalar yapılacaktır. Etik konusunda medya çalışanlarına yönelik eğitim çalışmalarına özel önem gösterilecektir.

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği'nin seçtiği kişi tarafından yönetilen Basın Kartı Komisyonu'nun çalışmalarına destek verilmeye devam edilecektir.

Gazeteciler Birliği, temsil edildiği tüm kurum ve kuruluşlarda daha etkin çalışma yapacaktır.

Fasıl 79 Basın Yasası'nın daha

çağdaş, özgür ve demokratik basın için günün koşullarına

uyarlanması, çabalarımız sürecektir.

2-Örgütlenme:

Birliğimizin daha güçlü bir duruma gelmesini sağlamak için sarı basın kartı sahibi üye olmayan gazeteciler üyelik için teşvik edilecektir. Üyelerimizin, birliğimizin çalışmaları hakkında sürekli bilgilendirilmesi için web sitemiz yeniden düzenlenecek; kitle toplantıları ve medya kuruluşlarına ziyaretler yapılacaktır.

3- Eğitim:

Medya çalışanlarının mesleki eğitim düzeyini artırmak için panel, konferans gibi etkinlikler düzenlenecek, bu amaçla ülkemizdeki ve yurt dışındaki meslek örgütleri ve üniversiteler ile işbirliği artırılabilecektir. Talep edilmesi ve uygun imkanlar bulunması halinde dil ve meslek kurslarının düzenlenmesi sürdürülecektir.

4- Mali Konular:

Göreve başladığımız günden itibaren boşalan birlik sekreteri ihtiyacını Yönetim Kurulu kararı

ile giderirken, birliğimizin artan giderlerini karşılamak ve faaliyetleri daha ileriye taşımak amacı ile mali kaynakları geliştirmek için çalışacağız. Bu amaçla üye aidatlarının sistemli bir şekilde toplanmasının yanı sıra gelir kaynakları yaratılması çabası içinde olunacaktır.

5- Lokal:

KTGB Lokali ve arazilerin daha etkin ve verimli biçimde kullanılmasını sağlamak, 2015 yılında süresi dolan kira sözleşmesi görüşmesi yapılacaktır. Lokal bölgesi ve Kermiya bölgesindeki arazileri fazla bedel ödemeden tapusunu alma ve /veya uzun vadeli kiralama konusunu değerlendirerek, yol haritası belirlenecektir. 9 Bin TL'yi aşan emlak vergisi borcunun aştan yararlanılarak ödenmesi için çalışma yapılacaktır.

6- Dışilişkiler:

Kıbrıs Rum Gazeteciler Birliği ile ilişkilerin artırılması ve yakınlaşmaya katkı koyacak ortak bir etkinliğin düzenlenmesi için girişimde bulunulacaktır. Kıbrıs'taki yabancı ülke temsilcilikleri ile ilişkiler artırılacak, Brüksel'e üyelerimizden oluşacak bir grubun eğitim amaçlı ziyaret yapması için AB'den mali destek arayışı içine girilecektir. Türkiye'deki gazeteci



örgütleri ile işbirliğinin artırılması sağlanacaktır.

7- Sosyal Etkinlikler:

Üyelerimizin sosyal ilişkilerini ve yakınlaşmayı geliştirecek etkinlikler gerçekleştirilecektir. Çeşitli sosyal etkinlikler yapılacaktır. Medya Dergisi 3 ayda bir yayınlanmaya devam edecektir. 11 Temmuz Basın Günü ve 3 Mayıs Basın Özgürlüğü Günü'nde etkinlikler düzenlenecektir.

8- Toplumsal Olaylar:

Yönetim Kurulumuz, ülkemizde yaşanacak toplumsal olaylar karşısında ilkeli duruşunu sergilemeyi sürdürecektir, sivil toplum örgütü olarak üzerine düşen görevleri yerine getirecek ve diğer örgütlerle iş ve güç birliğine gidecektir.

9-Belgesel:

Kıbrıs Türk basın tarihi konulu belgesel hakkında çalışma başlatılacaktır.

Basın Günü resepsiyonla kutlandı

Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği 11 Temmuz Basın Günü'nü resepsiyonla kutladı. Kıbrıs'ta bir Kıbrıslı Türk tarafından çıkarılan ilk Türkçe gazete "Saded" in yayın hayatına başlaması dolayısıyla her yıl 11 Temmuz'da kutlanan Basın Günü nedeniyle Gazeteciler Birliği lokalinde düzenlenen resepsiyona Meclis Başkanı Sibel Siber, 2. Cumhurbaşkanı Mehmet Ali Talat, Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanı Ahmet Kâşif, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Aziz Gürpınar, Sağlık Bakanı Ahmet Gülle ve TDP Genel Başkanı Cemal Özdoğan katıldı. Resepsiyonda, yıllarını basın sektörüne vermiş kişilere Hizmet Onur Ödülleri verildi.

Gecede Management Center'in katkılarıyla düzenlenen İngilizce dil kursunda başarılı olan basın çalışanlarına belgeleri de takdim edildi.

Resepsiyonda sırasıyla Gazeteciler



Birliği Genel Sekreteri Özgül Gürkut Mutluyakalı, TDP Genel Başkanı Cemal Özdoğan, Cumhurbaşkanı Mehmet Ali Talat, Cumhuriyet Meclisi Başkanı Sibel Siber konuşmalar yaptı.

10 gazeteciye hizmet onur ödülü

Etkinlikte, KTGB Yönetim Kurulu kararıyla hizmet onur ödülü verilmesi kararlaştırılan 10 gazetecinin özgeçmişleri okundu ve plaketleri takdim edildi.

Bu yılki Hizmet Onur Ödülleri Gazi Yüksel, Huriye Olkanlı, İbrahim Özdamlı, Mustafa Evliya, Mustafa Kortun, Peral Ağcaş, Sevgi Yalman, Sevilay Direkoğlu, Şifa Nesim ve Yücel Hatay'a verildi.

Işık Kitabevi Fuarı'nda "Medyada Değişim: Yazılı Basın Nereye Gidiyor?" konulu panel

Işık Kitabevi'nin düzenlediği geleneksel kitap fuarı kapsamında Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği tarafından düzenlenen "Medyada Değişim: Yazılı Basın Nereye Gidiyor?" konulu panelde, internetin ve gelişen teknolojilerin gazeteleri

Süleyman Ergüçlü, Yenidüzen Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Cenk Mutluyakalı, DAÜ İşletme Fakültesi Siyaset Bilimleri Okutmanı Nilüfer Hamid Türksoy'un konuşmacı olduğu panelin

nasıl etkilendiği tartışıldı. Kıbrıs Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

moderatörlüğünü YDÜ İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. İbrahim Özejder yaptı. Fuar kapsamında 26 Ağustos'ta yapılan panelin moderatörü Özejder, 25-30 yıl önce de yazılı medyaya ömür biçildiğini ama bugün halen yazılı medyanın var olduğunu söyledi. Nilüfer Hamid Türksoy, gazetecilerin interneti mesleklerine tehdit olarak algılamadığını, çünkü editoryal süzgeçten geçen haber ihtiyacının hiçbir zaman yok olmayacağını vurguladı.

Süleyman Ergüçlü, hem internet ortamındaki gazeteciliğin gelişerek büyüyeceğini, hem de kağıt üzerindeki gazeteciliğin süreceği görüşünü ifade etti. Cenk Mutluyakalı ise, "10 yıl içinde kağıda basılı gazetelerin çok azalacağını düşünüyorum. Bugün kağıda basılı gazeteler komada, tirajları düşüyor ama gazetecilik, habercilik sürecektir" diye konuştu.

