

BİR YAYINI DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

Doç. Dr. Sacide VURAL*

Bir üniversite profesöründen öğrencisine, kitle iletişim alanındaki yayın çalışanından kamu ya da özel kuruluştaki araştırmacılara ve sade vatandaşa değin, hemen hepsi kendilerine gerekli olan bilgiyi bir kaynağa başvurarak toplamakta; topladığı bilgiyi, aldığı kaynağa göre değerlendirmektedir. Bu kaynaklar, ister elektronik olsun isterse yazılı ya da sözlü olsun, hemen hepsi yazılı ya da sözlü bir kaynağa dayanmakta ve kendisi bir başka bilgiye kaynak olmak üzere kurumlaşmaktadır. Gerek yazılı, gerekse elektronik yayının kaynaklarındaki ortaklık, bizi bu kaynakların değerlendirilmesi sürecinde kullanılan ölçütlerin de ortaklığı noktasına getirmektedir. Aslında biri ötekini tamamlayarak, tutarlı bir bütün oluşturan bu ölçütler; bu çalışmada her biri kendi içinde ayrıntılı bir bütün oluşturan iki ana grupta değerlendirilmektedir. Bunlardan birincisi, biçimsel değerlendirme ölçütleri, asıl üzerinde durulacak olan ikincisi de içerik değerlendirme ölçütleridir.

1. BİÇİMSEL DEĞERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ (1)

Bir mesaj düzenlemek amacıyla yola çıkılan bilgi toplama sürecinde başvurulan herhangi bir kaynağın, hazırlandığı alanın ilke, yön-

(*) Anadolu Ün., Eğitim Fak.

(1) Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz.: Niyazi Karasar **Araştırmalarda Rapor Hazırlama Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler**, Ankara: 1991. Türkkaya Ataöv,

tem ve tekniklerine uygun olup olmaması, araştırmacıyı o kaynaktan yararlanıp yararlanmama konusunda karar vermeye götürmektedir. Araştırmacıyı karara götüren bu biçimsel değerlendirme ltleri; elektronik yayında, basında ve araştırma raporunda ayrıntıda farklılık gösterse bile, genelde aynı olan ve burada da genelden yola çıkılarak analiz edilen, řu teknik, ilke ve yöntemlerdir: Kaynak sahibinin konuyla ilişkisi, toplumdaki itibarı; kaynağın ana başlığı ve alt başlıkları, yazılışı ve düzenlenişi; yazı alanı ve yazı aralıkları; yararlanan kaynakların yeniliği ya da yakınlığı, çokluğu ya da azlığı, düzenleniş biçimi; kaynaklarda verilen kaynak sahiplerinin konuyla ilişkisi ve toplumdaki itibarı ya da bilimsel itibarı; kaynaktan yer alan alıntı ve dolaylı aktarmaların, bilimsel tekniklere uygun olarak yapılıp yapılmaması; şekil ve şemaların bilimsel nitelikteki tekniklere uygun düzenlenip düzenlenmemesi; imla ve noktalama işaretleri gibi ilk bakışta bir araştırmacının başvurduğu kaynağı kullanıp kullanmama konusunda karar vermesini sağlayan değerlendirme ölçütleridir.

II. İÇERİK DEğERLENDİRME ÖLÇÜTLERİ

Bir kaynağın biçimsel değerlendirme ölçütlerine uygunluğu, her zaman içerik değerlendirme ölçütlerine uygunluğunu sağlamasa da çoğu kez biçim içeriğinin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu durum, içeriğin biçimi yansıtması için de geçerlidir. Bu iki ölçüt bir bütünün iki yarısı gibidir. İki yarı tutarlı bir bütünü oluşturur.

Bu bütünün birinci yarısı olan «Biçimsel Değerlendirme ltleri», genel hatlarıyla ilk alt başlıkta verildiğine göre, şimdi sıra, bu çalışmanın asıl konusu olan ve bütünün ikinci yarısını oluşturan «İçerik Değerlendirme ölçütlerini», ayrıntılı olarak incelemeye gelmiş bulunmaktadır.

A. Konu Başlık ve Alt Başlıkları

Konu başlığı, içerdiği konuyu en kısa şekilde özetleyen sözcük ya da sözcükler kümesidir. Başka bir anlatımla, sözün özüdür. İşte

Bilimsel Araştırma El Kitabı, Savaş yayınları, Ankara: 1982, Basın konusunda ayrıntılı bilgi için bkz: David Wainwright, **Journalism**, London: 1982. F. W. Hodgson, **Modern Newspaper Practice**, London: 1984. Film ve televizyon konusunda ayrıntılı bilgi için bkz: Gerald Millerson, **Effective Tv. Production**, Focal Perss, London: 1980. W. Hugh Baddeley, **The Technique of Documentary Film Production**, Focal Perss, London: 1981.

bu nedenle konu başlığı, hem konuyu içerecek nitelikte özetleyen, hem de bir sözcük ya da sözcükler kümesiyle en kısa şekilde ifade eden bir yapı içinde sunulmalıdır. Kuşkusuz, böyle bir sunu, mesaj düzenleyenin ifade becerisindeki ustalığı yanında, konuya hakimiyetinin de bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Örnek vermek gerekirse, konu başlığı bir dairenin cümle kapısının anahtarı, alt başlıklar da oda kapılarının anahtarıdır. Bu yüzden, konu başlığı için söz konusu edilen, kapsadığı içeriği temsil ve en kısalık özelliği, konu alt başlıkları için de geçerlidir. Konu başlığı bir bütünü temsil etmekte, konu alt başlıkları da kendi içinde bir bütünü; ama konu alt başlığı olması nedeniyle de o bütünün bir parçasını temsil etmektedir.

Konu başlık ve alt başlıklarının anahtar sözcük ya da sözcüklerle en kısa şekilde verilmesi; okuyucu ya da izleyicinin konuyu ilk bakışta anlaması içindir. Ayrıca konu alt başlıklarının verilmesinin bir başka yararı, okuyucu ya da izleyicinin anlamasını kolaylaştırmak ve dikkatlerinin dağılmasını önlemektir (2). Özellikle uzun anlatıma dayanan konuların işlenmesinde alt başlıklara yer verilmesi konuyu anlamakta kolaylık, dikkatin dağılmasını önlemek açısından da büyük yararlar sağlar (3).

B. Paragraf Yapma

Bir yayının başlık ve alt başlıkları için gösterilen en kısa şekilde ifade etme özen ve hassasiyeti, bir fikrin açıklanması demek olan paragraflar için de geçerlidir. Çünkü her paragraf bir fikri açıklayan düşünce öbekleridir. Bu nedenle, her paragrafta bir yargı cümlesi -ki çoğu kez bu yargı cümlesi paragrafın başında yer almaktadır- ve bu cümleyi açıklayan öteki cümlelerle paragraf tamamlanır. İzleyen paragraf artık bir başka yargıyı açıklayan fikir öbeğidir.

Burada önemle akılda tutulması gereken nokta ve önemli bir yayının değerlendirme ölçütü; her cümlenin, paragrafta yer alan yargının açıklaması, her paragrafın da, temelde, daha büyük bir yargıyı içeren en büyük paragrafın bir cümlesi olduğudur. Bu nedenle, genel bütüne hizmet etmeyen ne bir paragraf, paragrafta hizmet etmeyen ne bir cümle konunun açıklanmasında yer almalıdır (4). Bir başka an-

(2) Hodgson, A.g.k., s. 124.

(3) Hodgson, A.g.k., s. 124-125.

(4) Hodgson, A.g.k., s. 9-10.

latımla, paragraftan çıkarıldığı zaman eksikliği duyulmayan bir cümle-
lenin, genel bütünden çıkarıldığı zaman eksikliği duyulmayan bir pa-
ragrafın konunun işlenmesinde yeri yoktur (5).

Paragraf yapmada bu ölçütten uzaklaşılması, okuyucu ya da iz-
leyicinin laf kalabalığına boğularak, dikkatinin dağılıp işin ya da ko-
nunun özünden uzaklaşmasına neden olabilir.

Bu konuda bir başka önemli nokta, paragraflar arası geçişlerdir.
Nasıl ki, bir paragrafta yer alan cümleler söz sırasına göre bir dizin
içinde veriliyorsa, hem paragraflar arası, hem de alt başlıklar ve bö-
lümmler arasındaki geçişlerde de aynı ilke gözetilmelidir. Aksi halde,
ayrı renklerdeki yamaların rastgele bir araya getirilmesinde ortaya
çıkan akordsuz bir cümbüş örneğindeki durum ortaya çıkabilir. Böyle
bir durum da okumayı ya da izlemeyi güçleştirdiği gibi, anlam bütün-
lüğünü kurmayı da büsbütün yok edebilir. Kuşkusuz, dili usta bir be-
ceri ile kullanan yazarlar için bu durum söz konusu olamaz.

C. Dil

Dile akılcılık kazandıran unsurlar: basitlik, somutluk ve canlılık-
tır (6). Basitlik, konunun en düşük kültür düzeyine sahip olan insa-
nın anlayabileceği şekilde kaleme alınmasıdır. Somutluk, nesnellik
ve açıklık ise, her cümlemin neredeyse her sözcüğün mesajın bir un-
surunu azamiden taşımasıdır. Bu nedenle her sıfat ve ad seçiminde
açıklığın, bir başka süyleyişle, anlamı çok geniş ve gereksiz, sıfat ve
zarfların elenmesinin önem ve gereği vardır. Canlılık da basın ve ya-
yının haber içerikli programlarında şimdiki zamanın kullanılması, yan
cümlelere yer verilmesi ve görsel malzemenin kullanılmasıyla sağla-
nabilir. Yayının öteki programları ile araştırmaların rapor edilmesinde
ve fikir yazılarında canlılık, edebi dilin akıcı bir konuşma dilindeki
canlılığı katılarak kullanılması ile sağlanabilir.

Ayrıca konunun işlenmesinin bütünü içinde aşırı derecede uzun
cümlelerden kaçınıldığı gibi, aşırı derecede sıfat ve zarfların kullanı-
mından; yapılabildiği yerlerde zaman fiillerini küçülterek kullanmak-
tan; sözcüğü kısaltarak kullanmaktan kaçınmak ve basit noktalama

(5) Ali Erkan Eke, Göörüşme, 12 Ocak 1984.

Cemal Mihçioğlu, Görüşme, 15 Ocak 1984.

(6) Philippe Gaillard, **Gazetecilik**, Çev: Mehmet Selami Şakiroğlu, İletişim yayı-
ları, Cep Üniversitesi 15, İstanbul: 1991, s. 92-94.

işaretleri kullanmaya özen göstermek, hem anlaşılabilirliği, hem de dildeki canlılığı ve akıcılığı sağlamaya önemli ölçüde yardımcı olacaktır (7).

Kaçınılması gereken bir başka önemli nokta, yöresel dilin kullanılmasıdır. Ancak, yalnız olmasına karşın zaman zaman yöresel dilin kullanılmasına izin verildiği durumlar olmaktadır. Bu durumlar; bir olayın gerçek iklimi ile yansıtılmasında, yerine geçen sözcüğün aynı iklimi yaratmadığı ya da kastedilen anlamı vermediği zaman yöresel dilin kullanımına izin verildiği durumlardır (8).

Bütün bunlara ek olarak, konunun bütününün işlenmesinde dilin bir örneği ilkesine özen gösterilmelidir. Dilin bir örneği; seçilen sözcüklerin eserin başından sonuna değin, aynı ya da benzer nitelikli olması demektir. Örnek vermek gerekirse, eserin bir yerinde «cevap» sözcüğünü kullanırken, bir başka yerinde «yanıt» sözcüğüne yer verilmemesi ya da eser boyunca «cevap» sözcüğünü benimserken, aynı eserde «genörgüt» gibi öztürkçe bir sözcüğün kullanılmamasıdır. Aksi bir durum dildeki bir örneği yok ettiği gibi, dil açısından eserin kendi içindeki tutarlılığını ve anlaşılabilirlik ilkesini zedeleyebilir.

Hepsinden daha önemlisi, hedef kitlenin doğru anlamasını sağlayacak en önemli ilke: dilin doğru kullanımı ve anlaşılabilirliktir (9). Buraya değin sayılan dil ile ilgili tüm faktörler, düzenlenen mesajın anlaşılabilirliğini sağlamak içindir. Ne var ki, mesajın anlaşılır olması hedef kitlenin doğru bilgilenebilmesine yeterli olmamaktadır. Bunun için düzenlenen mesajın ya da bu mesaja kaynaklık eden yapıt ya da olayın doğruluk, yani doğruluğu da içeren kanıtlanabilirlik özelliğine sahip olması gerekmektedir.

D. Kanıtlama

Yazar ve araştırmacıların, çıkabilecek olası problemlere karşı kendilerini güvenceye almak için bir önlem olarak gördükleri kanıtlama, izleyici ya da okuyucunun güvenini kazanmanın da bir güvenesidir. Jensen'e göre, kanıtlanabilecek bir bilgi kaynağının sahip olması gereken faktörler şöyle ifade edilmektedir (10).

(7) Hodgson, A.g.k., s. 7-10.

(8) Komisyon Raporu, **BBC Programlarında Beğeni ve Standartlar**, Çev: Sacide Vural, Hatipoğlu yayınları, Ankara: 1989, s. 21.

(9) Ortak yapıt, A.g.k., s. 20.

(10) J. Vernon Jensen, **Argumentation: Reasoning in Communication**, New York: Van Nostrand: 1981, s. 135-136.

1. Açıklık,
2. İspatlanabilirlik,
3. Doğruluk,
4. Yenilik,
5. İlgililik,
6. İtibara değer olma,
7. Yeterlilik,
8. İç tutarlık,
9. Dış tutarlık,
10. Nitelik olarak karşılaştırılabilirlik,
11. İçeriğe uygunluk ya da sözün yeterliği,
12. İstatistiksel geçerliktir.

Şimdi sayılan bu faktörlerin ne olduğunu sıra ile incelemeye çalışalım.

1. **Açıklık:** Açıklık, bir araştırmacının başvurduğu kaynaktaki olay tanığının ya da kaynak yazarının hangi noktalar üzerinde durduğunu kolaylıkla farkedebilmesidir. Başvurulan kaynak yazılı bir kaynak ise, bu kaynağın sade vatandaşın anlayabileceği açıklıkta ifade edilmesi, bilginin kanıtlanmasında söz konusu edilen açıklık faktörüne sahip olduğunu gösterir.

2. **Doğruluğun İspatlanabilirliği:** Başvurulan kaynağın ya da düzenlenen mesajın, içerdiği bilgileri kendi içinde doğrulaması, başka bir söyleyişle, her verilen bilginin bir başka bilgi ile doğrulanabilme özelliklerine sahip olması, bilginin ispatlanabilirliğini gösterir. Bir örnekle açıklamak gerekirse, son günlerin en güncel konularından biri olan enfilasyon ile ilgili verilen yüzdeler rakamların, toptan eşya fiyatlarındaki artış endekslerini dikkatle inceleyip bulunan rakamlarla karşılaştırılması ve bu iki rakamın tutarlılık göstermesi, doğruluğun ispatlanabilirliğini gösterir.

3. **Doğruluk:** Doğruluğun sağlanması, çalışmaya esas olan ilk kaynağa gitmekle olanaklı olabilir. Çünkü ikinci ya da üçüncü elden toplanan bilgiler, ilk kaynaktan alınırken kendisinden birşeyler kaybetme olasılığı vardır. Bu nedenle doğruluğun sağlanması açısından ilk kaynağa gitmek oldukça önemlidir. Bunun yanında, ilk kaynağa gittikten sonra ikinci derecedeki kaynağa giderek karşılaştırmalı olarak doğruluğu oranında yararlanmak, düzenlenen mesaja katkı sağlayabilir.

Ne var ki, bilim alanındaki değişme ve gelişmelerin sürekliliği, her zaman ilk kaynaktan bilgi toplayarak doğruluğu sağlamamıza olanak vermeyebilir. Bu nedenle, ikincil, hatta ilk kaynakla ilgili sonuncul kaynaklara başvurarak, bilgileri kendi içinde doğrulamak, düzenlenen mesaja çağdaş bir nitelik kazandırır.

4. **Yenilik:** Doğrular sürgit doğru kalmadıklarına ve kalmayacaklarına göre, bilimin ürettiği en yeni doğrulardan yararlanmak, kaynağın çağdaş nitelik taşımamasını sağlar. Bir kaynak değerlendirilirken, yararlanan kaynakların yeniliği, bir ölçü olarak kullanılmasının yanı sıra, kullanılan kaynakların konuya olan yakınlığı da bir o kadar önemli, bir başka ölçüttür.

5. **İlgililik:** Araştırma konuyla ilgili olmayan bir alanda yapılır ve elde edilen bilgiler bir başka alana taşınmaya çalışılırsa, o bilgi taşındığı alanda kendini kanıtlayamayabilir. Örnek vermek gerekirse, herhangi bir ürünün reklamı için yapılan pazar araştırmasından yola çıkarak, bir başka ürünün pazar araştırmasına taşınması aynı sonucu vermediği gibi. Yine bir konuda yapılan araştırma sonuçlarını, ilgili olmayan alandaki bir başka araştırmaya taşımak, düzenlenen mesajın kanıtlanma niteliğini zedeleyebilir. Bu nedenle, araştırmacılar, çoğunlukla ilgili olmayan alandaki kaynaklara itibar etmezler.

6. **İtibar:** Burada sözü edilen itibar bilgiye verilen değerdir. Değer ise bilgi kaynağının kurum, kuruluş ya da kişi olarak o güne değin yaptıklarına toplumun biçtiği değer ile ölçülür. Bu yüzden her bilgi kaynağının kendi alanındaki yeterliliğine göre bir değeri ya da bir itibarı vardır.

7. **Yeterlik:** Yeterlik, okuyucu ya da izleyicinin bir kaynağa ulaştığında, bu kaynaktan yeterli bilgiyi sağlayabilmesidir. Örnek vermek gerekirse, yeni çıkan bir ilacın tanıtımında; ilacın kullanımı, özellikleri, yan etkileri ve içerdikler maddeler hakkında okuyucu ya da izleyicinin kafasında bir soruya meydan vermeyecek şekilde bilgi verilmesidir. Aksi halde, okuyucu ya da izleyici eksik kalan boşlukları kendisi doldurmaya çalışarak, mesajın eksikliğinden kaynaklanan bir yanlış anlamaya yol açabilir. Bu da kaynağın kanıtlanma niteliğini zedeler.

8. **İç Tutarlık:** Bir kaynağın kanıtlanma niteliğine sahip olması için kendi bütünlüğü içinde bir iç tutarlılığa da sahip olması gerekmektedir. Bu da şöyle açıklanabilir: Bir kaynağın içinde verilen bilgilerin, şekil ve şemaların, kaynağın işlenmesi sürecinde bir tutar-

lılık göstermesidir. Örneğin, bir yerde bölgelere göre gelir düzeyini verip, bölgeler arası farklılığı dile getirdikten sonra, bir başka yerde yaşam standardının bölgeler arasında farklılık göstermediğini söylemek, bir iç tutarsızlıktır. Bu nedenle yapının başından sonuna değin, fikir ve görüşlerin birbirini destekleyecek, yani bir iç tutarlılığa sahip olacak şekilde oluşturulmasına özen gösterilmelidir.

9. Dış Tutarlık: Bir kaynağın ilgili kaynaklarla olan tutarlığına dış tutarlık denir. Bir kaynağın iç tutarlığı için gösterilen özen ve duyarlılık, dış tutarlığı için de gösterilmelidir. Çünkü bu durum kaynağın niteliğini artırır.

10. Nitelik Karşılaştırması: Her araştırmacı ulaştığı kaynaklar arasında bir seçim yaparken, ister istemez bu kaynakları kendi arasında bir karşılaştırmaya gitmektedir. Bu karşılaştırmada dikkate alınan ölçütler de bundan evvel ve sonra sözü edilen, bir yayını değerlendirmede temel alınan değerlendirme ölçütleridir. Çünkü bu faktörlerin varlığı o kaynağın niteliğinin temel belirleyicisidir.

11. İçeriğe Uygunluk: İçeriğe uygunluk, bilgiyi şüpheli duruma getirmemek için olayın içeriğini olduğu gibi vermekle sağlanır. Örnek vermek gerekirse, bir kaynaktan alıntı yaparken cümleden bazı parçalar çıkararak almak, çoğu kez bilginin anlam ve içeriğini saptırabilir. Bilgiyi içeriğine uygun şekilde almak ise o bilgiyi şüpheli durumdan kurtarır.

12. İstatistiksel Geçerlik: İstatistiksel geçerlik, araştırmanın deseni, verilerin analiz edilmesi, örneklem temsili ve sonuçların raporlaştırılması gibi durumları içerir.

Araştırmacı, araştırma süreci boyunca başvurduğu her bir kaynağı, bir yandan kanıtlanabilirliğin içerdiği her bir faktör açısından bir değerlendirme yaparken; öte yandan bu kaynağı izleyici ya da okuyucunun kabul edebilirliği ölçütüyle karşılaştırıp bir değerlendirme yapmaktadır. Çünkü mesaj belli bir hedef kitle için düzenlenmektedir. Bu nedenle düzenlenen mesaj, hedef kitlenin özellikleri ile toplanan bilginin kanıtlanma özelliklerini bir tutarlık içinde ele almalıdır. Jersen tarafından ortaya atılan ve sözü edilen tutarlığı sağlamaya yardımcı olacağı sanılan sorulardan bazıları şöyle sıralanabilir (11):

(11) Jensen, A.g.k., s. 134.

1. İzleyici mesajdaki kanıtı anlar ve kabul eder mi?
2. Kanıt mesajdaki savın desteklenmesinde ya da durumun ortaya konmasında yararlı mıdır?
3. Kanıt izleyicinin inanç ve tutumlarının bir yönünü mü oluşturuyor? Bir yönünü oluşturmuyor ise, asıl olan genelde gereksinmenin ne olduğunu bulup ortaya çıkarmayı gerektirmesinden çok, bilgidir; çünkü izleyici mesaja inanmadığını peşinen sergileyecektir.
4. Kanıt izleyici için uygun teknikte ve evrensel düzeyde midir?
5. İzleyici kanıtın kaynağını bilir ve kabul eder mi?

Jensen'e göre, araştırmacının, kendisini izleyici yerine koyarak sorup cevaplandığı bu sorular; bir yayını değerlendirmede kanıtlanabilirliği ortaya koyan ölçütlerdir.

E. İnandırıcılık

Mesaj için bilgi seçiminde bir başka değerlendirme ölçütü, kullanılan kaynağın inandırıcılığıdır. Bir evvelki alt başlıkta ele alınan doğruluğun, inandırıcılığı da içerdiği ya da inandırıcı bir bilginin doğru olacağı bir mantık önermesi ile ortaya koyulacağı düşünülürse de, aslında her zaman bu savın doğru sonuca götürmediğini söylemek olasıdır. Çünkü mesaj çok yönlü bir olaydır. İnandırıcılık da bu olayın yalnızca bir yönünü oluşturur. Bu çalışmada ele alınan her bir faktör, mesaja farklı açıdan bir bakışı; ama bu faktörlerin tümü mesajın niteliğini meydana getirir.

Bu bağlamda doğru olan bir mesajın inandırıcı olması da gerekir önermesi savunulabilir; ama mesajın doğru olması ile yetinmek, o mesajı bir bilgi yığını haline dönüştürebilir. Bu nedenle, düzenlenen mesajın doğru olması yanında inandırıcı olması da gerekir.

R. Newman ve D. Newman inandırıcı bulunan çalışmalar üzerinde analizler yaparak özellikle gazetecilerin dikkate aldığı inandırıcılık ölçütünün içeriğini şöyle saptamışlardır (12):

(12) Robert P. Newman and Dale R. Newman, **Evidence**, Boston: Houghton Mifflin, 1969, s. 87-88.

Durum Kontrolü ;

1. **Gerginlik.** Konunun bir olayla bağlantılı olarak verilmesi gerginliği azaltır, o olay hakkındaki raporun güvenilirliğini yükseltir.
2. **Ulaşılabilirlik.** Daha kolay rapor edilebilen durumlar, hem muhabirler, hem de onun izleyicileri için daha inandırıcıdır.
3. **Rapor için özgürlük-** konuşmayı sınırlandırıcı kuralların yokluğu. Daha çok özgürlüğe sahip olan bir tanık gördüğünü gördüğü gibi rapor ederek, kendine inandırıcılığı artırır.

Belge Kontrolü ;

4. **Yetkililik.** Yetkinin daha çok verilmesi, belgenin inanırılığını yükseltir.
5. **İç tutarlık.** Bir yazarın iç tutarlığının artması, onun kanıtına inanırılığını artırır.
6. **Genelleştirmenin dikkatli yapılması.** Yazarın genelleştirmede daha dikkatli olması, onun kanıtını daha güvenilir yapar.
7. **İsteksizlik.** Bir tanığın kendi kanıtlarını yıkması, onu daha inandırıcı yapar.

Yazarın Özellikleri :

8. **Uzmanlık.** Konunun bir yazarın uzmanlığı ile daha çok ilgili olması, onun inanırılığını artırır.
9. **Objektiflik.** Bir yazarın daha objektif olması, onun kanıtını daha inandırıcı kılar.
10. **Doğru kaydetme.** Bir kaynağın betimlemelerinin ve ön kayıtlarının yapılmasında doğruluk oranı arttıkça, genelde, onun kanıtının doğruluğu da artar.

İlk Otoritenin Kontrolü;

11. **Görgü tanığı ilkesi.** Konuyu bir tanığın kendi kişisel gözlemiyle kanıtlaması, onu daha inandırıcı kılar.
12. **Çağdaşlık.** Tanığın raporunun daha çağdaş olması, onun kanıtını daha inandırıcı kılar.

İkincil Kaynakların Kontrolü;

13. **İlk Kaynağın Seçimi.** Bir yazarın ilk kaynağı seçmeye daha çok özen göstermesi, onun kanıtını daha inandırıcı kılar.

14. **Atıfların doğruluğu.** Bir yazarın atıflarındaki doğruluk oranı arttıkça, onun inandırıcılığı daha çok artar.

Sözü edilen araştırmacılarca basın için söz konusu edilen ve değişik açılardan yapılan analizlerle ortaya koyulan inandırıcılığın içeriğini oluşturan bu faktörler; bir yayını değerlendirme ölçütü olarak daha evvel ele alınan kanıtlanabilirliğin içeriğini oluşturan faktörlerle çakışmaktadır. Bir benzetme yapmak gerekirse, bu iki ölçüt arasındaki ilişki bir hücre duvarının öteki hücre duvarı ile olan hücreler arası ilişkiye benzetilebilir. Çünkü, kimi zaman tıpkı bir hücre duvarının öteki hücrenin de duvarı olduğu gibi, bir başka ölçütle çakışmakta; kimi zaman da bir ölçüt, duvarlar arasına yayılan hücrelerin birbirinin bıraktığı boşluğu ötekinin doldurarak bir plazmayı meydana getirdikleri gibi, bir başka ölçütün bıraktığı boşlukları tamamlayarak, hedef kitlenin kabul edeceği bir mesajı meydana getirmektedir. Bizî, bir faktörü bir başka faktörle açıklamaya götüren durum da mesajın bu özelliğidir.

F. Hedef Kitle Faktörü

Bir mesajın düzenlenmesi sürecinde kaynakların değerlendirilmesine esas olarak alınan sözü edilen tüm bu ölçütler; hedef kitle adına karar veren, mesajı düzenleyen kullandığı değerlendirme ölçütleridir. Sonuçta, mesaj düzenleyen bu ölçütleri ne derece isabetle kullandığını değerlendirecek olanlar, hedef kitledir (13).

Hedef kitle, düzenlenen mesajı, hem kendi adına bu çalışmada sözü edilen ölçütleri kullanarak düzenlenen mesajda kullanılan kaynakları değerlendiren mesaj düzenleyicisinin, bu ölçütleri kullanmadaki isabet derecesi açısından, hem de kendi gereksinmelerini karşılayıp karşılamaması açısından değerlendirmektedir. Mesaj tüm sözü edilen ölçütler açısından sınıf geçer ya da doyurucu nitelikte olsa bile; hedef kitlenin gereksinmelerine cevap vermiyorsa, düzenlendiği amaca ulaşamıyor demektir.

Bu nedenle düzenlenen mesajın, düzenlendiği amaca ulaşması olarak değerlendirilen hedef kitlenin gereksinmelerine cevap verecek nitelikte olması, onları bilgilendirmesi ve bilinçlendirmesi, yayını değerlendirmede en önemli ölçütlerden biridir. Çünkü bir mesajın içeriğini oluşturan tüm öteki ölçütler açısından doyurucu nitelikte

(13) Sacide Vural, Kitle İletişiminde Denetim Stratejileri ve Türkiye'deki Uygulama, (Yayımlanmamış Doçentlik Tezi) Eskişehir: 1989, s. 113.

olmasına gösterilen özenin amacı, hedef kitlenin gereksinmelerini karşılamak, ilgilerini çekmek, bilgi ve bilinçlenmelerini sağlamak içindir.

G. Yasal ve Ahlâki Faktörler

Gerisinde kanıtı dayanmayan ya da gayri meşru yollardan elde edilen bilgiler, hedef kitlenin gereksinmelerine cevap verdiği düşünülse bile, düzenlenen mesaj için kullanılamaz. Çünkü, böyle bir bilginin kullanılması, yasal olarak bilgiyi vereni de alanı ya da kullanıcıyı da sorumluluk altına sokar. Ayrıca kanıtı dayanmayan, hileli yollarla toplanan bilgiler yasalara olduğu kadar ahlâki değerlere de ters düşer.

Bunun yanında, kişisel dostlukları kullanarak, insanları gizlice dinleyerek bilgi toplamak ve bu bilgiye dayalı olarak mesaj düzenlemek, yine bilgi, kanıtlanabilirlik niteliklerine sahip olsa bile, ahlâki değerlere ters düşer. Bu nedenle, mesaj düzenleme aşamasında kullanılan kaynaklar yasalara olduğu kadar ahlâki değerlere de uygunluğu açısından bir değerlendirme yapılarak kullanılmalıdır.

H. Beğeniler, Değerler ve Gelenekler (14)

Bilgi toplama sürecinde kaynakları değerlendirirken, hassasiyetle üzerinde durulan yasal ve ahlâki faktörler; mesaj düzenleyenin kendini güvenceye alması kadar, hedef kitlenin değerlerine, geleneklerine saygılı olmanın da güvencesidir.

Gerçi bu değerler ve gelenekler sürgit aynı kalacak demek değildir. Yayının beğenileri değiştirme konusunda öncülük etme gibi bir işlevi de vardır ve olması da gerekir. Bunları yaparken, var olan yola çıkarak beğenilerde değişiklik yapmak ve böylece toplumun yeni değerler üretmelerine yardımcı olarak, onların kültürlenmesini sağlamak, yayını değerlendirmede bir başka ölçüt olarak ele alınmalıdır.

Ama öyle değerler vardır ki; bunlar ister gelenek olsun isterse beğeni olsun sürgit değişmemiştir ve değiştirilemezler. Örneğin, insana saygı, çocuklara sevgi, kamu yararı gibi. Bu değerler yayını değerlendirmede esas olan bir ölçüt olarak her zaman ele alınmalıdır.

(14) Vural, A.g.t., s. 114.

III. Yöntem

Toplanan bilgiler buraya değin sözü edilen tüm ölçütler açısından değerlendirildikten sonra, bu bilgilerin yeni bir mesaja ya da yayına dönüşmesi için bir sistem içinde ele alınarak işlenmesi, belli yöntem ya da yöntemlerin izlenmesini gerektirir. Böylece karşımıza, yayını değerlendirmede bir başka ölçüt olan, yöntem konusu çıkmaktadır .

Bir yayına konu olan bilginin işlenmesinde esas alınacak deseni meydana getiren yöntem; konunun işlenmesine uygun nitelikte ele alınırsa, bundan evvel sözü edilen tüm faktörlerin ele alınışındaki ölçütlerin güçlülüğünü daha da artırır. Tersine bir durum, toplanan bilgiler tüm öteki faktörler açısından ne denli ince elenip sık dokunursa dokunursa etkililiklerini zayıflatır.

En dar anlamda bilimsel yöntem; bir hipotezin önerilmesi, doğrulamaya tabi tutulması, sonuçların analizi ve açıklanması evrelerini içermesi nedeniyle gerek sosyal bilimler, gerekse müsbet bilimler alanında uygulanırken aynı özü taşımaktadır. Ancak, yöntem deyimini kullanırken en yakın anlamıyla bilimsel yöntem değil; bunun belirli bir inceleme alanında uygulanmasını olanaklı kılan teknikler kastedilmektedir. Bu bakımdan yöntem, bilim dalları arasında olduğu gibi, aynı bilim dalı içinde de farklılık göstermektedir (15).

Daha da öteye benzer ya da aynı konu farklı araştırmacılar tarafından ele alındığında bile, yaklaşımlarının farklılığı, gereken bilgilerin toplanma özelliği ve hipotezin ortaya koyuluş biçimi nedeniyle, kullanılan yöntem ve teknikler farklılaşmaktadır. Bu nedenle, her araştırmayı kendi içinde değerlendirerek, hipotezin ortaya koyuluş biçimi, bilgilerin toplanma özelliği ile araştırmaya hangi açıdan yaklaşıldığını, uygulanan yöntem ve kullanılan tekniklerle karşılaştırıp araştırmacının yönteminin isabet ederecesi hakkında bir yargıya varmak, en iyi yol olsa gerektir.

(15) İter Turan, «Siyasal Bilimde Yöntem,» **Toplum Bilimlerinde Araştırma ve Yöntem**, Derleyen ve Yayına Hazırlayan: Ruşen Keleş, TODAİE yayını, Ankara: 1976, s. 197.

Yöntem konusunda ayrıntılı bilgi için bkz: Guido H. Stempel III and Bruce H. Westley, **Research Methods in Mass Communication**, Prentice-Hall, Amerika: 1981. M. Duverger, **Sosyal Bilimlere Giriş**, Bilgi Yayınevi Dizisi: 4, Çev: Ünsal Oskay, Ankara: 1973. Percy Tannenbaum, **Research Related To Television Production: A Report on Three Projects**, BBC yayını, London: 1980.

SONUÇ

Bir yayını değerlendirmede temel alınan biçim ve içerik ölçütlerinin, birbirini tamamlayarak anlamlı bir bütünü oluşturdukları; ama birinin ötekini garanti etmediğini söyleyebiliriz. Bu nedenle, içeriği biçimden, biçimi de içerikten ayırmak olanaklı değildir.

Son zamanlarda yapılan bilimsel çalışmalara, basında çıkan yazılara ve Radyo-Televizyon yayınlarına bakarak, gerek bu çalışmaları yapanların, gerekse yapılan çalışmaları değerlendirenlerin bu ölçütleri tek tek gözden geçirerek bir değerlendirme yaptıklarını söylemek çoğu kez güç olmaktadır. Hatta konuya esas olan bu çalışmada bile, gerekli özen gösterilmesine karşın, sözü edilen ölçütlere asgariden uyulduğunu söylemek iddialı bir yaklaşım olabilir.