



ISSN:1306-3111
e-Journal of New World Sciences Academy
2008, Volume: 3, Number: 1
Article Number: C0041

**SOCIAL SCIENCES
JOURNALISM**

Received: June 2007
Accepted: December 2007
© 2008 www.newwsa.com

**Mustafa Yağbasan
Ümit Demir**
University of Firat
myagbasan@firat.edu.tr
Elazığ-Türkiye

BASIN DİLİ VE GAZETE MANŞETLERİNİN DİLBİLİMSEL ANALİZİ

ÖZET

Gazetelerin; haber verme, kamuoyu oluşturma, yönlendirme, kamuoyunu yansıtma, bilgilendirme, eğitme, eğlendirme, hakemlik yapma, ekonomik yaşama katkıda bulunma vb görevleri bulunmaktadır. Bu görevleri yerine getiren gazetelerin vitrini olarak da kabul gören manşetlerde, dikkat çekmek, okuyucuları etkilemek ve gazete satışını gerçekleştirmek/artırmak amacıyla, normal yazım kurallarında rastlanılmayan ve "basın dili" olarak tanımlanan farklı bir dil kullanılmaktadır. Bu çalışmada, söz konusu farklı dilin yapısal özelliklerinin ve kullanım şekillerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Periyodik olarak takip edilen gazeteler bilimsel yöntemler kullanılarak; manşetlerin yapıları, uzunluğu, sıfat kullanımı, zaman seçimi ve semantik yönünden karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Basın Dili, Manşetler, Dilbilimsel Analiz

THE LINGUISTICAL ANALYSIS OF THE MEDIA LANGUAGE AND NEWSPAPER HEADLINES

ABSTRACT

Among the duties of the newspapers are reporting news, forming public opinion, directing, reflecting the public opinion, informing, training, entertaining, umpiring, contributing to the economical life etc.. In the headlines accepted as the window of the newspapers carrying out these duties, a different language defined as the "media language" and not faced with at the normal writing rules is used to attract attention, to affect the readers and to increase the sale of the newspapers. In this study, it has been aimed at putting the structural features of the mentioned language and the forms of its usage forward. By using scientific methods, the periodically followed newspapers have been analysed comparatively with regard to the structure of the headlines, their length, adjective usage, tense selection and semantics.

Keywords: MediaLanguage, Headlines, Linguistical Analysis



1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

İçinde bulunduğumuz yeni yüzyılda, özellikle bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmelerle birlikte insanlar ve toplumlar arasındaki mesafeler giderek ortadan kalkmakta, insanlar birbirlerine daha da yakınlaşmakta ve her an birbirlerinden haberdar olmaları mümkün olmaktadır. İnsanların söz konusu bu işleyiş ve etkileşim içerisinde olmaları, çağın gereği olarak ulaşılan trend itibarıyla kaçınılmaz görülmektedir. İşte iletişimin baş döndürücü bir hıza eriştiği söz konusu döneme bu nedenle "bilgi ve iletişim" yüzyılı denilmektedir.

Dünya ülkelerinin hemen hemen bütün sektörleri ile eş zamanlı olarak girdiği bu yeni dönem, değişen iletişim altyapısının üzerinde ortaya çıkmakta ve gelişimini sürdürmektedir (Önür, 2002:5). Modernleşme çizgisinde ve tüm dünyanın içinde yer aldığı bu değişim sürecine en büyük katkıyı, yayınlanmaya başladığı ilk günlerden itibaren günümüze kadar uzanan süreçteki gazetelerin sağladığı düşünülmektedir.

Gazetelerin başlıca görevleri; çevrede (ülke içinde ve dünyada) yaşanan olaylar ve gelişmeler ile ilgili haber vermek, bilgi aktarmak, verdiği bu haberlere yönelik gündem oluşturmak, gündem ile ilgili kamuoyu oluşturmak, kamuda oluşan görüşleri yansıtmak, hakemlik yapmak, eğlendirmek ve okuyucularını eğitmektir. Gazeteler, bu görevlerini yerine getirirken vitrinleri olarak da düşünülen manşetleri, okuyucunun dikkatini çekebilmek ve gazetenin alınıp okunmasını sağlayabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Söz konusu amaçları yerine getirebilmek için manşetlerde, yazı dilinden çok farklı bir dil kullanılmaktadır. Fiilsiz ve sözdizimsel olarak tamamlanmamış cümleler ve eksilteli yapılarla oluşturulan manşetler, çok fazla deneyim ve ustalık gerektirmektedir.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Bu çalışmada, gazete manşetlerinde kullanılan ve basın dili olarak da nitelendirilen farklı dil yapılanması ve bu dilin ne şekilde kullanıldığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamında; 29 Kasım-5 Aralık 2004 tarihleri arasında bir hafta süreyle, sağ, sol ve orta görüşü temsil ettiği düşünülen Zaman, Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin manşetleri dilbilimsel açıdan incelenmiştir.

3. GAZETENİN TANIMI VE TARİHÇESİ (THE HISTORY AND DEFINITION OF NEWSPAPER)

Yer yüzünde yaşayan türlerin bir arada yaşayabilmelerinin en önemli gereklerinden biri, bir başka deyişle birlikte yaşayabilmenin ön koşulu olarak, bildirişmeyi, haberleşmeyi sayabiliriz (Aksan 1998:42). Bireyler, diğer bireylerle iletişim kurabilmek ve yaşamlarını devam ettirebilmek için, içinde yaşadıkları toplum ve kültürel değerleri anlamlandırmak zorundadırlar. İnsanoğlunun, etraftan haber alma gereksinimi ve isteği, hiç kuşku yok ki gazetenin doğmasına sebep olmuştur. Modernizmin ve sanayileşmenin ortaya çıkardığı bilgi birikimi ve teknolojik gelişmeler; basımı ve dağıtımını kolaylaşan gazeteleri, insan yaşamının vazgeçilmez bir unsuru haline getirmektedir.

Günümüze değin gazetenin ne olduğuna yönelik çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. Türk Dil Kurumuna ait Türkçe Sözlükte gazete, şöyle tanımlanmaktadır: "Gazete, politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için, yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayındır." (Türkçe Sözlük, 1998). Diğer bir tanımlamada ise; "Gazete siyasal ekonomik, toplumsal vb



haberlere ilişkin bilgiler veren ya da görüş belirten günlük yayındır." (Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, 1986) şeklinde tanımlanmaktadır.

Avrupa'da ekonomik yaşamdaki canlanma, ticaretin gelişmesi ve sermaye birikimi "çağdaş anlamda gazetenin, kapitalist üretim biçimi ve piyasa ekonomisi içinde, toplumsal bir kurum ve ticari işletme olarak var olabil[mesini]" (Tokgöz, 2000:83) sağlamış ve gazetenin bu kıtada doğmasında önemli bir rol oynamıştır.

Basın tarihçileri, haber ve bilgilerin pazarlanmaya başlamasını, modern basının başlangıcı saymaktadırlar. "İlk kez Avrupa'da başlayan gazetecilik uğraşı daha sonra dünyanın diğer ülkelerinde de yaygınlaşmıştır." (Bülbül, 2001:27). Özellikle, Almanya ve İtalya'daki büyük iş merkezlerinden, ekonomik ve politik durum hakkında özetlenmiş bilgiler, elle yazılıp (elle yazılmış haber mektupları: nouvelles a la main) çoğaltılarak dağıtılmıştır. Bu mektuplar, 15. yüzyılda Venedik'te "avvasi", daha sonradan Hollandalılar tarafından da "zeytungen" olarak adlandırılmaktadır (Girgin, 2003:65). Baskı makinesinin (matbaa) 15. yüzyılda Gutenberg tarafından icadı; gazete ve dergilerin hızla gelişmesine yol açmıştır.

17. yüzyıl gerçek anlamda süreli yayınların doğduğu dönem olarak bilinmektedir. 1605 de Hollanda da "Nieuwe Tydingen" adlı düzenli bir gazete yayınlanmaya başlamıştır. 1609 da Augsburg'da "Der Aviso", aynı yıl Strasbourg'da yayınlanan "Die Stasbourger Relation" gazeteleri (İçel, 1990:88) düzenli gazeteciliğin öncülerinden sayılmaktadırlar.

19. yüzyıldaki endüstri ve enformasyon devrimleri gazetelerin içeriklerinde önemli değişikliklere neden olmuştur. Bu dönemdeki ulaşım ve iletişim alanlarındaki değişiklikler zaman ve yer konularını öne çıkararak haber toplama, yazma ve dağıtma tekniklerinin de gelişmesine katkıda bulunmuştur. "19. yüzyıl gazete ve gazeteciliğin gelişmesi bakımından bir kilometre taşı olmuştur" (Bülbül, 2001:27). Bu yüzyılda gazetecilik alanında benimsenen en önemli değişikliklerden birisi de "insan ilgisini çekme" ilkesinin benimsenmiş olmasıdır.

20. yüzyılın ilk yarısında yaşanan iki büyük dünya savaşı ve akabinde gelişen olaylar, gazetecilik anlayışında yeniden değişmelere neden olmuştur. Haberi verme şekline ilginçlik, heyecan katılmış ve basılan gazete çeşitlerinde büyük artış gözlenmiştir. Yirminci yüzyılın ikinci yarısındaki hızlı teknolojik değişimler; bilgisayarın gazetecilik alanına girmesi, yeniden teknik ve içerik değişikliğine gidilmesini zorunlu kılmıştır.

Yüzyılın son döneminde, gazetecilik mesleğinde bilgisayar ve uydu teknolojilerinin birlikte kullanılması, zaman ve mekân kavramının aşılması yeni bir gazetecilik anlayışının yerleşmesine sebep olmuştur. Bunun en güzel örneğine de 1990 yılında patlak veren Körfez Krizi ve bu krizin 1991'de savaşa dönüşmesinde rastlanılmaktadır.

3.1. Gazetelerde Manşet ve Sürmanşet Kavramı

(Manchette and Sur-Manchette Concept in the Newspapers)

Gazetelerin vitrini olarak da kabul gören manşetlerin, gazetenin alınıp okunmasına veya çok önemli bir haber olsa da, görmezden gelinip bir kenara atılmasına neden olan en önemli unsurlardan biri olduğu düşünülmektedir. "Gazete adının ve logosunun hemen altında, başlığı iri puntolu harflerden oluşan habere manşet denilmektedir" (Bülbül, 2001:236). Tanımdan da anlaşılacağı üzere manşetler, gazetede en büyük puntolu harflerden oluşmaktadır. Bunun en önemli nedeni manşetin gazetede ilk



dikkati çeken öge olmasıdır. Bu yüzdende manşet atmak ayrı bir bilgi birikimi ve uzmanlık gerektirmektedir.

Manşet, haberde sütun sayısına bakılarak değerlendirilmektedir. Ülkemizde gazeteler genelde sekiz sütun olarak yapılmaktadır. Örneğin; sekiz sütunu da birden kaplayan bir habere sekiz sütuna manşet haber denilmektedir. Manşet ölçütü uygulamada; yedi, altı, beş, dört sütuna inebilmektedir. Haber başlığı dört sütunun altına düşerse artık manşet haber olmaktan çıkmaktadır.

Gazetede manşet atıldıktan sonra, hatta gazetenin basımı sürerken, daha da ileri gidilirse, ilk taşra baskılarının dağıtımı sırasında gelen çok önemli bir olay olduğunda; bu haber sürmanşet olarak verilmektedir. "Gazete logosunun ve adının üzerine başlığı iri puntolu harflerle yerleştirilen haber (a.g.e.:236)" sürmanşet haber olarak tanımlanmaktadır.

Gazetelerde yer alan sürmanşet, daha çok son anda gelen önemli bir haber veya haberlerin atlanılmadan verilebilmesi amacıyla uygulanan bir yöntemdir. Gazete basıldıktan sonra dahi devam eden gündelik yaşam içinde meydana gelen ani ve önemli değişiklikler, gazetenin en önemli hammaddesi olan haberi oluşturmaktadır. Gazetenin işlevleri arasında ilk sırada yer alan haber verme işlevi doğrultusunda gelen bu yeni haber, sürmanşete çıkarılarak verilmektedir.

Bir gazetenin manşetini, diğer bir gazeteninkinden alarak aynen kendi manşeti gibi vermesine rastlanılmamaktadır. Manşetler, bir anlamda gazetelerin kişiliklerini ortaya koydukları unsur durumundadır, bu yüzdende her gazete manşetini kendisi belirlemektedir. Gazeteler, manşet dışındaki metinleri; ya kendi muhabirleri ya ajanslar ya da diğer gazeteler vasıtasıyla elde etmektedir.

Gazetede ilk dikkati çeken öge manşet olduğundan, etkileyiciliği arttırabilmek amacıyla, manşetlerin çoğu kez yazılı dilde pek rastlanılmayan dilbilimsel özellikleri bulunmaktadır. "... fiilsiz cümle kullanımı, sözdizimsel açıdan tamamlanmamış cümleler vb gibi örnekler verilebil[mekted]ir. (Yıldız, 2000:108)." Bu açıdan bakıldığında gazete manşetleri dilbilimsel bir incelemeye tabi tutulmaya çok uygun görünmektedir.

3.2. Basında Kullanılan Dil (Language used in the Media)

İnsanların ve toplumların kendi aralarında ya da diğer kişi veya toplumlar ile anlaşabilmeleri, birbirlerine düşüncelerini, fikirlerini, isteklerini, beklentilerini, kültürlerini... vb aktarabilmeleri, kısacası yaşamlarını sürdürebilmeleri için en önemli aracın dil olduğu düşünülmektedir. Dilin kullanımı, aynı zamanda bireylerin ve toplumların gelişmişlik düzeylerinin de göstergesi kabul edilmektedir. Bu nedenle, kişisel veya toplumsal düzeydeki dilin kullanımı önem kazanmaktadır.

Kitle iletişim araçları, özellikle de tarihsel açıdan bakıldığında gazeteler, kamuoyunu bilgilendirme, etkileme ve yönlendirme işlevlerini yerine getirirken, normal yazılı dilde rastlanılmayan özelliklere sahip bir dil kullanmaktadır. Dilin şüphesiz en önemli işlevi enformasyondur ve etkin enformasyonun en önemli unsuru dildir (Weizsäcker 1959:34-35). Ülkemizde hemen hemen her gün, basında kullanılan dilin yetersizliği ve yazın dilinde yarattığı kirlilik ile ilgili şikâyetlere rastlanılmaktadır. 1994 yılında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen VIII. Dilbilim Kurultayı'nda kitle iletişim araçlarında dil kullanımının önemi konusundaki bildirisinde Güz (1994:3),



konunun önemine ilişkin düşüncelerini "Anadilin geliştirilmesi, korunması, yaygınlaştırılması, düzgün ve doğru bir biçimde kullanılması kitle iletişim araçlarına çok önemli bir sorumluluk yüklemektedir" şeklinde ifade etmektedir.

İlk olarak basın dili kavramı konusunda bir açıklama getirmek gerekmektedir; "Böyle bir dil var mıdır?" "Varsa neden böyle bir dil ortaya çıkarılmıştır?" Dil düzeyi, toplumsal ölçütler açısından dilsel gerçekleştirmelerin, çeşitli kullanımların bağlandıkları düzlemlerden ve "... bilim dili, yasa dili, gündelik dil, yazın dili, halk dili, basın dili,..." (Vardar, 1988:79) gibi değişik dil düzeylerinden oluşmaktadır. Oluşan bu dil düzeyleri, dilin içinde yeni bir dil olarak algılanmayarak dilin kullanım şekillerini ifade etmektedir. Dil düzeylerini, toplumsal ölçütler açısından dilsel gerçekleştirmelerin dilin çevrimindeki yansıması olarak tanımlayan Özdemir (1994:58), düzey ayrımını; "özenli dil, gündelik dil ve yerel ağız" olmak üzere üç kullanım türüne bağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarındaki dil düzeyinin belirleyici ölçütü, özenli dil olarak belirlenmektedir.

Dil düzeylerinden biri olan basın dili ile ilgili olarak Yıldız (2000:7), "... bu anlamda kitle iletişim araçları da dil kullanımlarıyla kendilerine göre bir iletişimsel yöntem ve belli bir çerçeve dahilinde kendilerine özgü metin türleri geliştirmiştir ki, bunlardaki dil kullanımı diğer alanlardaki dil kullanımlarından epeyce farklılık göstermektedir. Bu bağlamda kendi başına ayrı bir dil sistemi olmasa da *basın dili* olarak ortak bir üst başlıktan bahsetmek yanlış olmaz kanısındayız" diyerek, basın dili kavramının varlığını kabul etmektedir.

Edebiyat eserlerindeki geçerli dil kuralları ve üslup ile basın dili karşılaştırıldığında; basının kullandığı dil olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda tam olarak yerleşmemiş olan basın dili, kışkırtıcı olması nedeniyle eleştirilere maruz kalmaktadır. Diğer taraftan basın, geçerli dil kurallarını kabul etmekte, fakat uzmanlık dillerinin kendine özgü işlevleri dolayısıyla farklı özelliklere sahip bir dil kullanmaktadır.

3.3. Gazete Manşetlerinin İncelenmesi (Examination (Study) of the Newspaper-Manchettes)

Ekonomik alanda faaliyette bulunan bir gazete işletmesinin, hem kar elde edebilmesi hem de yaşamını sürdürebilmesi için, ürettiği gazeteyi pazarlaması, yani satması gerekmektedir. Mağaza vitrinleri malların satılmasında ne kadar önemli ve gerekli ise, manşetlerde gazeteler için aynı şekilde önem taşımaktadır. Gazete için bu kadar önemli ve hayati değer taşıyan manşetler; etkiyi arttırmak ve dikkati çekmek amacıyla fiilsiz ve sözdizimsel olarak eksilteli cümlelerle oluşturulmaktadır. Yazılı dilde çok fazla rastlanılmayan ve *basın dili* olarak nitelendirilen bu dil, araştırmamızın ana konusunu oluşturmaktadır.

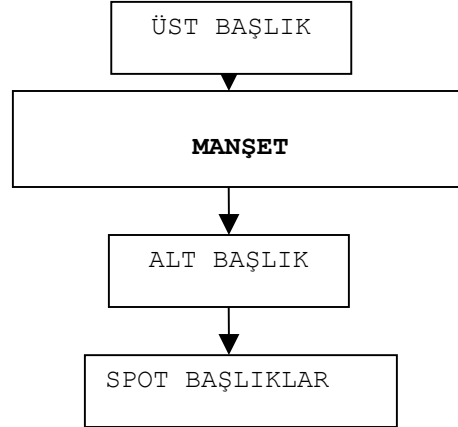
4. YÖNTEM VE ANALİZ (METHOD AND ANALYSIS)

Çalışmamızın bu bölümünde araştırma kapsamında; 29 Kasım-5 Aralık 2004 tarihleri arasında bir hafta süreyle, sağ, sol ve orta görüşü temsil ettiği düşünülen Zaman, Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin manşetleri dilbilimsel (özellikle semantik) açıdan incelenmiştir. Araştırma konusu olan manşetler; *manşet yapısı (manşetlerin kaç parçadan oluştuğu), manşet uzunluğu (manşetlerdeki sözcük sayısı), sıfat kullanımı, zaman dağılımı ve anlamsal açıklık kategorilerinde* ele alınarak elde edilen veriler birbirleriyle karşılaştırılmıştır.



4.1. Manşet Yapıları (Manchette Structures)

Araştırmanın ilk bölümünü oluşturan manşet yapıları başlığı altında, manşetlerin kaç parçadan oluştuğu incelenmiştir. Gazete manşetleri incelendiğinde, genellikle *üst başlık*, *manşet*, *alt başlık* ve *spot başlık* olmak üzere dört parçadan oluştuğu gözlenmektedir. Bu durumu şu şekilde gösterilebilir:



Araştırmada incelenen her üç gazeteye ait 21 manşet ve manşet yapıları tarihlerine göre aşağıdaki gibi yer almıştır:

29 Kasım 2004

Hürriyet Gazetesi

<i>Manşet</i>	Gizli anayasada en kritik madde
<i>Alt Başlık</i>	Değiştirileceği için yeniden gündeme gelen Milli Güvenlik Siyaset Belgesi'nin gizli tutulan kritik maddesini Hürriyet açıklıyor: Alevilik ve mezhepler.
<i>Spot Başlık</i>	Kaynak rica etti: Yazmayan... Mezhep ayrımcılığı olmasın... 7 yılda gelen reformlar...

Cumhuriyet Gazetesi

<i>Üst Başlık</i>	Ankara-Washington arasında Felluce katliamı nedeniyle yaşanan diplomatik gerilim aşılamiyor
<i>Manşet</i>	ABD'den soykırım resti
<i>Spot Başlık</i>	İddiaları engelleyemeyiz... Zehirli gaz kullanıldı... Siyonizm'i anma günü...

Zaman Gazetesi

<i>Manşet</i>	İLKSAN'ın ucuz konut projesine yolsuzluk imajı nedeniyle ilgi yok
<i>Spot Başlık</i>	İLKSAN'ın öğretmenler için...

30 Kasım 2004

Hürriyet Gazetesi

<i>Üst Başlık</i>	Seyirci statlardan kaçtı
<i>Manşet</i>	Tribünleri bir cinayet boşalttı
<i>Alt Başlık</i>	16 yaşındaki Cihat Aktaş'ın Beşiktaş maçında bıçaklanarak öldürülmesi, futbolseverin gözünü korkuttu. Süper Lig'de hafta sonu oynanan 9 maçı toplam 37 bin seyirci izledi.
<i>Spot Başlık</i>	Tek maçın yarısı kadar... Bir önceki hafta: 50 bin...



Yöneticiler şaşkın...

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık 17 Aralık'ın temel metnini oluşturacak taslak belgede
İlerleme Raporu'ndan farklı istemler yer alıyor

Manşet Ağır Kıbrıs koşulu

Spot Başlık Müzakerelerden önce tanıma...
Üyelere askıya alma...

Zaman Gazetesi

Manşet Son tribün mağdurunun annesi: Yüreğimizi yakmaya
hakkınız yok

Spot başlık Futbolda şiddetin acısını analar...

1 Aralık 2004

Hürriyet Gazetesi

Üst Başlık MGK Artık Şeffaf

Manşet 71 yıllık kara kutu açıldı

Alt Başlık Değişik isimlerle 71 yıldır faaliyet gösteren Milli
Güvenlik Kurulu, ilk sivil genel sekreteri ile ilk kez
bir basın toplantısıyla dışa açıldı.

Spot Başlık Gizliydik, şeffaflaştık...

15'i asker 294 personel...

Fiş yoktu ki yakılsın...

Think tank olduk...

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık YAŞ'ta askerler ABD-PKK ilişkisini gündeme getirerek
hükümete rahatsızlığını iletti

Manşet Teröristle 100 görüşme

Spot Başlık Örneklerle irtica uyarısı...

Zaman Gazetesi

Manşet Süt fabrikalarını denetleyen Avrupa Birliği ahırlara
giremedi

Spot Başlık Süt üreticileri Avrupa'ya ihracat...

2 Aralık 2004

Hürriyet Gazetesi

Üst Başlık Zeynep 18 günü anlattı

Manşet Ben Osman'ı seviyorum

Alt Başlık Kaçırıldıktan 18 gün sonra kurtarılan Zeynep,
"Evleneceğim kişi; yüzünü bile görmek istemediğim Murat
değil, Osman'dır" dedi.

Spot Başlık İki kez kaçmayı denedim...

Allah kimseye yaşatmasın...

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık Son 1 yılın tutanaklarına göre, Türkiye'nin kaygıları
dikkate alınmadan isteklerde bulunuluyor

Manşet ABD zorluyor

Spot Başlık 1) PKK için yeni bir eve dönüş...
2) Türkiye modeli, İslam ülkelerine...
3) Operasyonlar için...

Zaman Gazetesi

Manşet Özürlüleri hayata bağladı dünya ayakta alkışladı

Spot Başlık Özürlülerle ilgili projesi...



3 Aralık 2004

Hürriyet Gazetesi

Manşet Türkiye'den AB'ye 8 şart
Alt Başlık Dışişleri Bakanı Abdullah Gül, AB Dönem Başkanı Hollanda'nın Dışişleri Bernard Bot'a, 17 Aralık'taki zirveyle ilgili Türkiye'nin şartlarını ileten resmi bir yazı verdi. Türkiye'nin şartları şunlar:
Spot Başlık 1) Müzakerelerin hedefi... 2) Kıbrıs Türkiye için... 3) Müzakerelerin ne zaman... 4) ... 5)... 6)... 7)... 8) Türkiye ile müzakereler...

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık Bartholomeos, 17 Aralık öncesi girişimlerini arttırdı
Manşet Rum Patriği Türkiye'yi şikâyet etti
Spot Başlık 17 Aralık AB doruğu incesinde...
Zaman Gazetesi
Manşet 'Serbest dolaşıma kalıcı kısıtlama getirmek AB'nin temeline aykırı'
Spot Başlık Avrupa'nın en tecrübeli devlet adamlarından...

4 Aralık 2004

Hürriyet Gazetesi

Üst Başlık Türkiye'de bir ilk daha
Manşet Picasso'lar Nişantaşı'nda
Alt Başlık Ünlü antikacı Raffi Portakal, Picasso, Dali, Monet gibi dünyaca ünlü 14 ressamın tablolarını sergileyip satmak için ilk kez Türkiye'ye getirdi.
Spot Başlık İsteyen satın alabilecek
28 trilyona sigortalı

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık Cumhurbaşkanı Sezer, Türkiye'nin haklı istemleri karşısında Avrupa'nın sınav vereceğini söyledi
Manşet 'AB'ye onurlu girelim'
Spot Başlık Rumların üzerine de gidilmeli...
Borrel: Kıbrıs'ı tanımalısınız...
ABD'den Ruhban Okulu çıkışı...

Zaman Gazetesi

Manşet Din ve kültür farklılığı AB üyeliğine engel değil
Spot Başlık Abant Platformu toplantılarının...

5 Aralık 2002

Hürriyet Gazetesi

Üst Başlık 5 PKK elebaşısını Suriye öldürmüş
Manşet Besledi büyüttü infaz etti
Alt Başlık Yıllarca PKK'nın başı Abdullah Öcalan'ı ve teröristlerini barındıran, besleyen Suriye, şimdi kendisine zararı dokunmaya başlayınca 5 örgüt elebaşısını Kuzey Irak'ta kurşuna dizdi.
Spot Başlık PKK Suriye'yi suçladı...
4'ü Suriyeli, 1'i Türk...

Cumhuriyet Gazetesi

Üst Başlık Putin'in bugün Türkiye'ye yapacağı ziyarette, Avrasya'nın iki önemli ülkesi arasında çok boyutlu ortaklığın temeli atılacak
Manşet Moskova'yla yeni dönem başlayacak



<u>Spot Başlık</u>	Cumhurbaşkanı Sezer'in davetlisi olarak...
<u>Zaman Gazetesi</u>	
<u>Manşet</u>	Danıştay sözleşmeli personeli iptal edince hastaneler sıkıntıya girdi
<u>Spot Başlık</u>	Sağlık Bakanlığı'nın hastanelerin...
	İncelenen üç gazetenin manşet yapıları ile ilgili olarak istatistiksel durumları gösteren tablo aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. İncelenen gazetelerde parça sayısına göre manşet yapısı
Table 1. Manchette structure at the examined newspapers according to the number of the pieces

Başlık	Hürriyet		Cumhuriyet		Zaman		Toplam	
	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%	Sıklık	%
1 Parça	0	0	0	0	0	0	0	0
2 Parça	0	0	0	0	7	100	7	33,33
3 Parça	2	28,5	7	100	0	0	9	42,85
4 Parça	5	71,42	0	0	0	0	5	23,80
Toplam	7	100	7	100	7	100	21	100

Tablo 1'de görüldüğü gibi ele alınan dönem itibariyle incelenen üç gazetenin hiç birinde, tek parçalı manşete rastlanılmamaktadır. İncelenen gazeteler arasından Zaman gazetesinin tamamında çift parçalı manşet yapısı kullanılırken, diğer gazetelerde bu yapıya rastlanılmamaktadır. Üç parçalı manşet yapısı ağırlıklı olarak Cumhuriyet gazetesinde kullanılmaktadır. Bu tip manşet yapısına Hürriyet gazetesinde yüzde 28,5 oranında rastlanılırken, Zaman gazetesinde hiç rastlanılmamaktadır. Dört parçalı manşet yapısına sadece Hürriyet gazetesi yer vermektedir. Üç gazetenin genel toplamı değerlendirildiğinde manşet yapısında ağırlıklı olarak üç parçalı manşetlerin kullanıldığı gözlemlenmektedir.

4.2. Manşet Uzunluğu (Manşetlerdeki Sözcük Sayısı)

Manchette Length (The number of the Words at the Manchettes)

Araştırmamızın bu bölümünde manşetlerin uzunluğuna bakılırken ölçüt olarak manşet içinde geçen kelime sayısı ile belirlenmiştir. Buradaki amaç, manşetlerde yer alan kelime sayılarına bakarak, manşet uzunlukları arasında bir kıyaslama yapmaktır. Manşet uzunluklarını belirleyebilmek için kullanılan yöntem aşağıdaki gibidir:

Örnek 1: *Picasso'lar Nişantaşı'nda*
(Hürriyet 4 Aralık 2004)

Örnek 2: *Din ve kültür farklılığı AB üyeliğine engel değil*
(Zaman 4 Aralık 2004)

Yukarıda Hürriyet gazetesinde 4 Aralıkta yer alan birinci örnekteki manşet, iki sözcükten oluşurken; yine 4 Aralık 2004 tarihli diğer bir gazete olan Zaman gazetesindeki manşet, sekiz sözcükten oluşmaktadır. İki sözcüklü ilk örneğe bakıldığında, manşetin net bir bilgi aktarmadığı görülmektedir. Bu nedenle okuyucu Nişantaşı'ndaki Picassolar'ın ne olduğu konusunda hiçbir bilgiye sahip değildir. Dolayısıyla ilk etapta sadece fikir yürütebilmektedir. Bilinçli olarak oluşturulmaya çalışılan eksilteli yapı ile okuyucuda merak uyandırılarak, haberin devamının okunmasının amaçlandığı söylenebilir.

Sekiz sözcükten oluşan Zaman gazetesine ait ikinci manşet, konuyu net olarak ortaya koymaktadır. Okuyucunun kafasını karıştırmamakta ve karşı tarafa doğrudan bilgi aktarmaktadır. Sadece manşeti okuyarak bile kişi



kafasında az ya da çok konuyla ilgili bir takım şeyler oluşturabilmektedir. Buradan yola çıkarak kısa olarak yapılandırılmış manşetlerin merak uyandırarak etkilemeye yönelik olduğu; uzun yapılandırılan manşetlerin de daha çok bilgilendirmeye yönelik olduğu düşünülebilir.

Tablo 2 incelendiğinde, ele alınan dönemde toplamda manşet sözcük sayısı ortalaması 4,9 olarak tespit edilmektedir. Hürriyet gazetesinin 3,85 ve Cumhuriyet gazetesinin 3,14 sözcük ortalamaları ile her ikisinin birden genel sözcük sayısı ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. 7,71 sözcük ortalamasıyla Zaman gazetesi, manşetlerinde en fazla sözcük bulunduran gazete olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 2’de de görüldüğü gibi; manşetlerinde ortalama en fazla sözcük bulundurma özelliğine sahip gazete Zaman gazetesidir. Bu nedenle, Zaman gazetesinin manşetlerinin daha kapsamlı ve daha çok bilgilendirmeye yönelik olduğu düşünülebilir. Diğer taraftan, manşetlerinde ortalama daha az sözcük bulunduran Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinde ise, okuyucuda merak uyandırmak ve dikkati çekmek amacıyla eksilteli yapıların kullanıldığı söylenebilir.

Tablo 2. İncelenen gazetelerde sözcük sayısına göre manşet uzunluğu
Table 2. Manchette length at the examined newspapers according to the number of the words

	Hürri.	Ort.	Cumh.	Ort.	Zaman	Ort.	Toplam	Ort.
Toplam Gazete Sayısı	7		7		7		21	
Manşet Sözcük Sayısı	27	3,85	22	3,14	54	7,71	103	4,9

4.3. Sıfat Kullanımı (Adjectives used)

Gazetelerde en çok dikkat edilmesi gereken konulardan biriside sıfatların kullanımınıdır. Çünkü sıfatlar, duruma yorum katmakta, dolayısıyla kullanıcının kişisel görüşlerini ve değerlendirmelerini yansıtmaktadır. Birincil işlevi bilgilendirme ve haber verme olan gazetenin, bir haberi verirken yorumdan kaçınması; olabildiğince sade (yorumsuz) ve objektif (nesnel) davranması gerekmektedir. Sıfat kullanımı profesyonellik gerektirmektedir. Yerli yerinde kullanılan sıfatlar haberin üslubuna olumlu katkıda bulunurken, gelişi güzel kullanılan sıfatlar işin içine yorum ve kişisel görüş katacağından, okuyucunun güvenini de sarsacaktır. Bu bölümde, özellikle manşetlerde kullanılan son derece dikkatli olunması gereken sıfatların sayımı yapılmıştır.

Örnek: *Ağır Kıbrıs koşulu* (Cumhuriyet 30 Kasım 2004)

Cumhuriyet gazetesinin 30 Kasım 2004 tarihli manşetinde görüldüğü gibi, *Kıbrıs koşulu* belirtisiz isim tamlamasını *Ağır* sıfatı nitelendirmektedir. Manşette kullanılan bu sıfat ile, haberi yapan muhabir veya gazetenin, söz konusu haber ile ilgili öznel görüşünü yansıttığı varsayılabilir.

Tablo 3. İncelenen gazetelerde manşetlerde kullanılan sıfat sayısı
Table 3. The number of the adjectives used at the manchette in the examined newspapers

	Hürri.	%	Cumh.	%	Zaman	%	Top.	%
Sıfat sayısı	4	57,14	3	42,85	3	42,85	10	47,61
Top. manşet say.	7	100	7	100	7	100	21	100

Tablo 3’te de görüldüğü gibi gazetelerin tamamı manşetlerinde sıfat kullanma eğilimi göstermektedir. Yapılan araştırmada tüm gazete manşetlerinde toplam %47,61 oranında sıfat kullanıldığı ve incelemeye



tabii tutulan gazeteler içinde de Hürriyet gazetesinin %57,14 gibi yüksek bir oranla manşetlerinde en fazla sıfat kullanan gazete olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 3'e göre Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri manşetlerinde sıfatlara %42,85 oranında yer vermektedir. Bu sonuçlara göre incelenen gazetelerin sıfat kullanma konusunda oldukça rahat davrandığı gözlenmektedir. Gazetelerin, manşetlerinde kullandıkları sıfatlar ile nesnelliklerini zayıflatarak güvenirliliklerini azalttığı söylenebilir.

4.4. Zaman Dağılımı (Time Distribution)

Habercilikte en önemli kavramlardan birini de zaman oluşturmaktadır. Günümüzde haber çok süratli olarak verilmekte ve önemini de çok çabuk yitirmektedir. Zaman, haberin yayınlanması ve yayımlanmasının belirlenmesi bakımından ana etken olmaktadır (Tokgöz, 1994:177). Bu nedenle, haberlerde yer alan, dün, bugün, sabahleyin, bir saat önce, geceleyin vs gibi zarfların kullanımı haberi oluşturan olayın ne kadar zaman önce oluştuğuna parmak basmaktadır.

Yazılı basında kullanılan zaman "1982 yılı sonlarına kadar kitap Türkçe'sinden esinlenerek, *miş'li geçmiş zaman*[ken], 1982'den sonra ise fiil zamanı kullanımı yönünden *di'li geçmiş zaman* ve *şimdiki zamanın hikâyesine dön*[mektedir] (Yıldız, 2000:119). Araştırma konusu olan zaman dağılımı incelenirken öncelikle manşetlerin bir fiili olup olmadığına dayanarak isim cümlesi mi? fiil cümlesi mi? olduğuna bakılmaktadır. Daha sonra, fiil cümlesi olan manşetler zamanına göre kategorilendirilmektedir (geniş zaman, di'li geçmiş zaman, şimdiki zaman ve gelecek zaman). Bazı manşetler ise eksiltili yapıları nedeniyle zaman dışı olarak nitelendirilmektedir.

Örnek 1: *Gizli anayasada en kritik madde*
(Hürriyet 29 Kasım 2004)

Örnek 2: *Teröristle 100 görüşme*
(Cumhuriyet 1 Aralık 2004)

Yukarıda her iki örnekte de görüldüğü gibi, hem Hürriyet gazetesinin 29 Kasım 2004 tarihli, hem de Cumhuriyet gazetesinin 1 Aralık 2002 tarihli manşetlerinde eksiltili yapılar kullanılmaktadır. Bu fiilsiz eksiltili yapılar, tablo oluşturulurken zaman dışı kategorisine dahil edilmektedir.

İncelenen gazetelerin zaman dağılımı yapıldığında, Türkçe'deki tüm zamanların (*miş'li geçmiş zamanın*) yer almadığı gözlenmiştir. Bu nedenle bu zaman kipine aşağıdaki tabloda yer verilmemiştir. Bunun sonucu olarak kategoriler; geniş zaman, di'li geçmiş zaman, şimdiki zaman, gelecek zaman ve zaman dışı şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4. İncelenen gazetelerdeki zaman dağılımı
Table 4. Time distribution at the examined newspapers

	Hürr.	%	Cum.	%	Zam.	%	Top	%
Geniş zaman	1	14,28	0	0	4	57,14	5	23,80
Di'li geçmiş zaman	3	42,85	1	14,28	3	42,85	7	33,33
Şimdiki zaman	1	14,28	1	14,28	0	0	2	9,52
Gelecek zaman	0	0	2	28,57	0	0	2	9,52
Zaman dışı	2	28,57	3	42,85	0	0	5	23,80
Top. Manşet sayısı	7	100	7	100	7	100	21	100

Tablo 4'te de görüldüğü gibi, bütün gazetelerin genel toplamı göz önüne alındığında, gazetelerin manşetlerinde zaman dağılımının %33,33



oranıyla di'li geçmiş zaman olduğu görülmektedir. Di'li geçmiş zaman kullanımı özellikle Hürriyet ve Zaman gazetelerinde daha fazla göze çarpmaktadır. Şimdiki zaman kipine Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinin manşetlerinde rastlanmaktadır. Gelecek zamanla ilgili manşetler sadece Cumhuriyet gazetesinde kullanılmaktadır. Geniş zaman anlamı taşıyan manşetler %57,14 gibi büyük bir oranla en fazla Zaman gazetesinde yer almaktadır. Zaman dışı manşet kullanımı ise %42,85 oranında Cumhuriyet gazetesinde gözlemlenmektedir.

4.5. Anlamsal (Semantik) Açıklık (Semantical Space)

Araştırmada anlamsal açıklık/kapalılık; manşetlerde eksiltili yapı olup olmadığına, manşetin tam bir cümleden oluşup oluşmadığına ve okunduğunda haberin ne anlattığının, içeriğinin anlaşılabilirliğine bakılarak tespit edilmektedir. Gazeteler manşetlerinde eksiltili yapıları, yukarıda da bahsedildiği gibi bilinçli olarak kullanmaktadır. Buradaki amacın, öncelikle durumu ilginç hale getirip okurun dikkatin çekmek ve haberin dolayısıyla gazetenin alınıp okunmasını sağlamak olduğu düşünülebilir.

Örnek 1: 71 yıllık kara kutu açıldı (Hürriyet 01 Aralık 2004)

Örnek 2: Gizli anayasada en kritik madde (Hürriyet 29 Kasım 2004)

Hürriyet gazetesinin 01 Aralık 2004 tarihli manşeti her ne kadar tamamlanmış bir cümle olarak oluşturulmuş olsa da; edilgen yapısı dolayı (eylemi gerçekleştiren öznenin kim olduğunun anlaşılabilir olmaması), okunduğunda içeriğinin anlaşılmasını engellemekte ve bu durum anlamı kapalı hale getirmektedir. Manşetin neyi anlattığının anlaşılabilmesi için okuru, üst ve alt başlıkları okumaya zorlamaktadır.

Hürriyet gazetesinin 29 Kasım 2004 tarihli manşetindeki anlamsal kapalılık ise; cümlede eksiltili yapı kullanılarak (eylem eksikliği ile) gerçekleştirilmiştir. Manşet okunduğunda anayasanın en kritik maddesinin ne olduğu ve bu madde ile ne yapılmak istenildiği belli değildir.

Tablo 5. İncelenen gazetelerdeki anlamsal açıklık
Table 5. Semantical space at the examined newspapers

	Hürr	%	Cumh	%	Zam	%	Top	%
Anlam Açık	1	14,28	3	42,85	5	71,42	9	42,85
Anlam Kapalı	6	85,71	4	57,14	2	28,57	12	57,14
Toplam Manşet Sayısı	7	100	7	100	7	100	21	100

Tablo 5'ten de anlaşılacağı gibi, Toplam gazete manşetleri ele alındığında, gazetelerin %57'sinin manşetleri verirken anlamı kapalı olarak verdiği, buna karşın yaklaşık %43'ünün de anlamı açık olarak vermeyi tercih ettiği görülmektedir. Manşetleri verirken anlamı kapalı olarak vermeyi tercih eden gazetelerden Hürriyet gazetesi %85,71 oranıyla başı çekerken; Zaman gazetesi %71,42 gibi bir oranla manşetlerini en açık veren gazete olarak görülmektedir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA (RESULT AND DISCUSSION)

Toplumsal dil düzeyleri içinde farklı bir dil düzeyi olarak kabul gören basın dili, uzmanlık dillerinin kendine özgü işlevi dolayısıyla, diğer edebi eserlerde kullanılan dilsel kurallar ve üsluptan farklı bir dil kullanılmaktadır. Özellikle bu araştırmanın konusu olan manşetler, kullanılan eksiltili yapılar, tamamlanmamış cümle yapıları ve çoğu zaman belirgin olmayan zaman dağılımlarıyla ayrı bir metin türü olarak karşımıza çıkmaktadır.



Araştırma konusu olan manşetler; manşet yapısı (manşetlerin kaç parçadan oluştuğu), manşet uzunluğu (manşetlerdeki sözcük sayısı), sıfat kullanımı zaman dağılımı ve anlamsal açıklık kategorilerinde incelenmiştir. Beş kategoriden oluşan inceleme bulguları aşağıdaki gibi ortaya çıkmıştır:

- Manşetler, %42,85 oranında üç parçalı, %33,33 oranında çift parçalı ve %23,80 oranında dört parçalı yapılardan oluşmaktadır.
- Manşet uzunluğu (manşetlerdeki sözcük sayısı) ortalama 4,9 dur.
- Manşetlerin %47,61'inde sıfat kullanılmaktadır.
- Manşetlerin %23,80'i zaman dışı, %33,33'ü di'li geçmiş zaman, %23,80'i geniş zaman ve %9,52'si şimdiki ve gelecek zamanda kullanılmaktadır.
- Manşetlerin %57,14'ünde anlamın kapalı olarak verilmesi tercih edilmiştir.

Birincil görevi haber verme ve bilgilendirme olan basın, en başta tarafsız davranması, düşünce ve ideolojileri yansıtmadan dil kullanımında nesnel ölçütlerle [habere yorum (sübjektiflik) katmadan] işlevlerini yerine getirmesi gerekmektedir. Yapılan bu çalışma göstermektedir ki, basın haber verme işlevlerini yerine getirirken, manşetlerde fazla sayıda sıfat kullanılmaktadır. Bu tutumla okuyucunun dikkatinin çekilmesi amaçlarken, habere sübjektiflik katmakta ve en önemli unsur olan nesneliliği zedelemektedir. Diğer taraftan bu yazım türü hiç kuşkusuz semantik deformasyonlara da neden olabilmektedir. Ayrıca, merak uyandırmak amacıyla eksilteli yapılara fazlaca yer verilmekte, fiilsiz cümleler kurularak veya zaman dışı fiillere yer verilerek anlamsal kapalılığa sebep olmaktadır. Dil kullanımındaki bu kapalılığın giderilmesi gündelik toplumsal iletişime yansıyan yozlaşmaların önüne geçebilecektir. Sonuç olarak; kullanılan dil ve dil yapısıyla gazete manşetlerinin diğer yazınsal türlerde rastlanılmayan dilsel özellikler taşıdığı ve gazetelerin kendilerine ait ayrı bir basın dilinin olduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Aksan, D., (1998). Her Yönüyle Dil-Ana Çizgileriyle Dilbilim, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, No:439, Ankara.
- Bülbül, R., (2001). Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Girgin, A., (2003). Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Güz, N., (1994). İletişim ve Dil. VIII. Dilbilim Kurultayı", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi, İstanbul.
- İçel, K., (1990). Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayınları, İstanbul.
- Önür, N., (2002). Küreselleşen Dünyada İletişim ve Toplum, Alp Yayınevi, Ankara.
- Özdemir, E., (1995). Kitle İletişim Araçları ve Türkçe, Kitle İletişim Araçlarında Dil Kullanımı, Dil Derneği Yayınları, Ankara.
- Tokgöz, Oya (2000), Temel Gazetecilik, İmge Kitabevi, Ankara.
- Vardar, B., (1988). Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü, ABC Kitabevi, İstanbul.



- Yıldız, C., (2000). Yazılı Basında Metin ve Manşet Basın Dili Üzerine Bir Araştırma, Teknik Yayınları, İstanbul.
- Weizsäcker, F.C., (1959). Die Sprache, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.
- Türk Dil Kurumu Yayınları, (1998). Türkçe Sözlük, Ankara.
- Milliyet Gazetesi, (1986), Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, Milliyet Gazetecilik A.Ş., İstanbul.