

# BASINDA ÜNİVERSİTE HABERLERİNİN KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME (2008 yılı İstanbul Teknik Üniversitesi Örneği)

Yrd.Doç.Dr. İsmail KIZILBAY\*

## ÖZET

Gazeteler yayınladıkları haberler ile faaliyet gösterdikleri ilgi alanı, ülke ve bölgede okuyucularını bilgilendirmenin yanında haber ürettikleri alanlarla ilgili genel kanaatların oluşumuna etki ederler. Üniversiteler ise toplum için önemleri nedeniyle basın için zengin bir haber kaynağıdır. Farklı türlerde haberlere kaynaklık eden üniversiteler aynı zamanda bilimsel üretimin yoğun olarak yapıldığı ortamlardır. Basın üniversite haberlerine ilgi gösterirken bilimsel haberlere gereken ilgiyi göstermemektedir. Medyanın merkezi durumunda olan İstanbul'da eğitim ve araştırma faaliyetlerini sürdüren İstanbul Teknik Üniversitesi ile ilgili olarak 2008 yılı içinde yayınlanan haberler incelendiğinde bu durum tespit edilmektedir. Gündem maddeleri ile ilgili haberler için görüş bildiren Öğretim Üyeleri yeni üretilmiş bilgiyi değil, mevcut olanı basın ile paylaşırken sadece haber kaynağı olarak işlev görmüşlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Üniversite Haberleri, Bilim Haberciliği, Haber Değeri, Haber Kaynağı

## A RESEARCH ON SCIENCE REPORTING- "ITU 2008"

### ABSTRACT

Newspapers not only inform their national and local readers with the stories they publish but they also have an effect on forming public opinion with the news they generate. Due to universities importance to public, they are rich sources of news for press. Universities are not only supplier for various kinds of news stories they are also environments that create scientific information. Although press shows attention university news, they fail to show the necessary notice to scientific stories. This fact can be determined after examining the stories published about Istanbul Technical University, which endures its educational and research activities in Turkey's media centre Istanbul, in the year 2008. Faculty used as news sources only when they were sharing their opinions about the agenda items instead of sharing new scientific information. Press gave its priority to explanations and activities rather than new scientific information and published data associated with the situation at hand.

**Key Words:** Science Reporting, News Values, News Sources.

---

\* İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi İnsan ve Toplum Bilimleri Bölümü

## GİRİŞ

Basın kuruluşları okuyucularına ulaştırdıkları içeriği oluşturmak amacıyla, içinde faaliyet gösterdikleri ülkenin temel unsurlarını, yapılarını haber kaynağı olarak kullanır. Bu unsurlar genellikle toplum hayatına doğrudan etki eden kurum ve kişilerdir. Gazetecilik prensipleri ve pratikleri bu unsurlar çevresinde yaşanan değişim, gelişme ve süreçleri haberleştirir. İnsanların hayatlarını planlama, yorumlama ve demokratik toplumlarda karar alma süreçlerini etkileyen önemli bir unsur haberlerdir. Haberler sayesinde bilgilenen kişiler böylece olaylar, kurumlar ve değişimler konusunda bir fikir sahibi olurlar.

Haber, medya içerik türleri arasında bireysel, kültürel, siyasal, ekonomik işlev ve etkileri bakımından önde gelen bir konumda bulunmaktadır.<sup>1</sup>

Üniversiteler ise bilginin üretildiği, paylaşıldığı ve bilginin toplumun farklı kesimlerinde, farklı alanlara uygulanmasına destek veren kurumlardır. Bu yapıları nedeniyle üniversiteler aynı zamanda basın için önemli bir haber kaynağı durumundadır. Toplumun farklı kesimlerinin, değişik nedenlerle etkileşim içinde olduğu üniversiteler haber olarak ele alınabilecek sayısız gelişmeye de ev sahipliği yapar.

Üniversite açısından ise çalışmaların kamuoyuna duyurulması, bilginin paylaşılması basında haber olarak yer almak önem taşımaktadır. Aynı zamanda son yıllarda sayıları giderek artan Vakıf Üniversiteleri habercilik uygulamalarını bir tanıtım çalışması olarak da kullanmaktadır. Reklam uygulamalarındaki kısıtlamalar ve haberin reklama oranla daha etkili olması bu çalışmaları daha da önemli hale getirmektedir. Reklamlar gazetede haber ve diğer içerikten ayrışacak şekilde kullanılır. Reklamın söz konusu alanı satın alan tarafın söylemini yansıttığı açık şekilde ortadadır. Ancak haber olmuş bir gelişme gazetecilik uygulamalarının süzgecinden geçer. Böylece tüketiciler bu bilgileri daha objektif görüp daha fazla güven duyar.<sup>2</sup>

Bu çerçevede birçok üniversite bünyelerinde oluşturduğu, Halkla İlişkiler, Dış İlişkiler, Medya İlişkileri, Basın Merkezi, Haber Ajansı gibi birimlerle medya ile olan ilişkilerini düzenlemeye ve etkin hale getirmeye çalışmaktadır. Üniversiteler açısından medyada olumlu haberlere konu olmanın önemi büyük olduğu için zaman zaman bu konuda profesyonel destek aldıklarında olmaktadır.

<sup>1</sup> Atilla Girgin, **Gazeteciliğin Temel İlkeleri**, Der Yayınları :398, 2008, İstanbul, s.109.

<sup>2</sup> George E. Belch- Michael A. Belch, **Advertising and Promotion**, McGraw-Hill, New York, 2004, s. 580

Üniversiteler kendileri ile ilgili olumlu olarak tanımlanabilecek haberlerin yayınlanması için çalışmalar gerçekleştirirken, muhabirlerde bu çalışmalardan bağımsız, haber değeri taşıyan konuları takip etmektedir. Bu iki taraflı yaklaşım sonucunda basında Üniversiteler ile ilgili haberler yer almaktadır.

Bu çalışmada İstanbul Teknik Üniversitesi ile ilgili 2008 yılı içinde Türkiye genelinde yayınlanan yazılı haberler incelenecektir. Haberlerin konuları, yer aldıkları gazeteler incelenecek ve türleri konuları bakımından değerlendirilecektir. Haberlerin göstereceği dağılım sonucunda elde edilecek veriler, basın kuruluşlarının üniversite haberlerini seçme ve değerlendirme konusundaki uygulamasına örnek bir tablo oluşturacaktır.

### **Üniversite Haberlerinin Sınıflandırılması**

Üniversite haberleri ülkemizde genellikle Eğitim Haberleri başlığı altında değerlendirilmektedir. Eğitim Muhabirlerinin çalışma alanına giren Üniversite Haberleri, kendi içinde farklı alanlara ayrılmaktadır. Batı medyası ise bu farklı alanlardan “Bilim Haberciliği” ile öne çıkmaktadır. Bu alan son derece gelişmiş ve gazetecilerin birlik, dernek ve topluluk başlıkları altında bir araya geldiği, organize olduğu bir alan haline gelmiştir.<sup>3</sup> Ülkemizde ise bu alanda bazı çabalar olsa da Avrupa ve Amerika ile kıyaslandığında yetersiz ve etkisizdir.<sup>4</sup>

Bilim Haberciliği konusunda Batı Medyası'nın tartıştığı konular sorun ve etkileri bakımından Türk Medyası içinde geçerli olmasına rağmen bu alanda bir etkileşim olmamaktadır. Bilim Haberciliği konusunda akademisyenler ve gazeteciler sürekli sorunları tartışıp gündeme getirirken bu konuda ülkemizde belirgin bir girişim yoktur.

The Washington Post Gazetesi Ombudsman'ı Deborah Howell söz konusu tartışmaları ele aldığı bir yazısında önemli noktalara işaret etmektedir. Howell, gazetecilerin bilimsel delil araması gerektiğini, okurlarına söz konusu bilimsel verileri değerlendirebilecek düzeyde bilgi vermesi gerektiğini, habere konu olan bilimsel verinin öncekiler ile çelişip çelişmediğinin araştırması gerektiğini, verilerin saygın bir bilimsel dergide yayınlanıp yayınlanmadığının araştırılmasının zorunlu olduğunu ve en önemlisi araştırmayı kimin finanse ettiğinin ve sonuçlarından kimin kar sağlayacağını sorgulanması gerektiğini söylemektedir.<sup>5</sup>

Benzer bir şekilde bazı kurumların kendi ürünlerini ve isimlerini duyurmak için araştırmaları finanse ettiği ve sadece medya açısından ilgi çekici

<sup>3</sup> www.eusja.org (Avrupa Birliği Bilim Muhabirleri Derneği),  
www.reporter.asu.edu/journ.htm (tüm dernek ve organizasyonlar)

<sup>4</sup> www.esamder.org.tr (Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği)

<sup>5</sup> http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/12/05/AR2008120502959.html

kısımlarının duyurulduğu ileri sürülmekte ve tartışılmaktadır. Özellikle kozmetik sanayi için yapılan araştırmalarda gazetecinin sponsor-araştırmacı ilişkisini dikkatle sorgulaması gerektiği ifade edilmektedir.<sup>6</sup>

Ülkemizde bu tartışmalar henüz akademik alanda kendisine yeterli bir ortam bulabilmiş değildir. Bunun farklı sebepleri bulunmaktadır ve bu çalışmanın sınırları içinde ele alınması mümkün değildir.

### **Haber Kaynağı Olarak Üniversite**

Muhabirler kolayca uzmanlık alanları içinde bulunan konuları araştırır, takip eder. Bu bir tür tarama uygulamasıdır. Bu süreçte haber değeri taşıyan bir konu bulduklarında onu haberleşirebilmek için haber kaynağına ihtiyaç duyarlar. Bazen haberin kendisi bir kaynaktır, muhabirin bilgisi olmayan bir konuda yapılan açıklama, gelişme ve olaylar bu duruma örnektir. Haber kaynağı durumunda olan kişiler ise kendilerine olumlu yansımaları olacak durumlarda medya ile temas etmeye çabalar.

Gazeteciler genellikle insanları potansiyel kaynaklar olarak görürler, fakat kaynaklar kendilerini, kendi ilgilerini sergileme, fikirlerinin yayınlanması ya da bazı durumlarda sadece isimlerinin ve yüzlerinin habere girmesi için bilgi sağlama şansına sahip insanlar olarak görürler. Her şartta kaynaklar sadece kendilerini ulaşılabilir hale getirirler, kaynağın uygun olup olmadığına karar veren ise gazetecilerdir.<sup>7</sup>

Muhabirlerin çalışma prensiplerini bilen ve genellikle muhabirlik deneyimi olan kişilerin yer aldığı Halkla İlişkiler birimleri ise temsil ettikleri üniversitenin güvenilir bir haber kaynağı olarak basında yer alması için basın bülteni, basın toplantıları düzenler ve bazı durumlarda etkinlik ve organizasyonun muhabirler için haber değeri olan yönünü ön plana çıkarır. Ganz'ın işaret ettiği gibi bu türde çalışmalar sonrasında üniversiteler ulaşılabilir, güvenilir haber kaynakları olarak değerlendirilir.

Kaynak aslında haberin kendisidir. Eğer gazeteci bir olaya kendi gözleriyle tanıklık etmemişse, o olayı mutlaka birilerinden dinleyerek haberi oluşturacaktır. Haber kaynağının olaya hakim ve güvenilir oluşu, haberin doğruluğunu sağlar.<sup>8</sup>

Üniversiteler toplumdaki işlevleri bakımından güvenilir haber kaynaklarıdır. Öğretim Üyeleri, Araştırmacılar ise yürüttükleri bilimsel

<sup>6</sup> Timothy Caulfield, The Commercialisation of Medical and Scientific Reporting, Plos Med, 1 (3):e 38, 2004 (www.plosmedicine.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pmed.0010038)

<sup>7</sup> Herbert J. Ganz, Deciding What's News, Northwestern University Press, Evanston, Illinois, 2004, s. 117

<sup>8</sup> Esra D. Arslan, "Haber ve Habercilik", Gazetecilik ve Habercilik, Derleyen: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2003, s. 140

faaliyetler ile toplumun ilgisini çekecek çalışmalar gerçekleştirirler.

Muhabirlerin haber kaynağı ihtiyacı sadece tanıklık etmediği, bilmediği gelişmelerde değil aynı zamanda araştırmalarında, bazı dönemlerde ön plana çıkan haberlerde de önem kazanır. Muhabir böylesi durumlarda kendi haber kurgusuna en uygun veriyi sağlayacak haber kaynağını seçer

Öğretim üyeleri akademik kimlikleri ve toplumda uyandırdıkları güven ile bu anlamda önemli haber kaynağı durumundadır.

### **Haber Değeri ve Üniversite**

Gazetecilik mesleği haber üretim sürecinde bir “süzme” işlevi gören haber değeri kavramını kullanır. Muhabirler haber değerlerine bağlı olarak hangi gelişmenin haber olacağını saptar. Bu değerler uygulamada haberin tanımının yapılmasını da sağlamaktadır.

Haber tanımlama yerine kullanılan diğer bir yaklaşım, haberin içinde yer alan bazı temel öğeler olan haber değerlerine eğilmedir. Bu yaklaşım şeklinin amacı ise, haberciliğin dayandığı temel ilkelerin ne olduğunu göstermektir. Aslında bu yaklaşım Batı dünyasında yaygın ve evrensel bir kullanım kazanmış bulunan, insanın ilgisini çekmeye yönelik haber anlayışının değerlendirilmesi ve tartışılmasıdır.<sup>9</sup>

Haber değeri konusunda araştırmacılar değişik sınıflandırmalar ve ayrımlar kullanmışlardır. Sınıflandırmalar arasındaki farklılık sadece adlandırmada ve bu unsurları farklı başlıklar altında toplamaktan kaynaklanmaktadır. Haber değeri konusundaki sınıflandırmaları özellikle A.B.D. de yayımlanmış olan ve habercilik eğitiminde kullanılan kitaplarda rastlamak mümkündür.<sup>10</sup>

Bu tür çalışmalardan birisinde haber değerleri şöyle sıralanmaktadır;

- Hedef Kitle (Audience)
- Etki (Impact)
- Yakınlık (Proximity)
- Zamanlılık (Timeliness)
- Önemlilik (Prominence)
- Sıradışı Olma (Unusualness)
- Çatışma-Anlaşmazlık (Conflict)<sup>11</sup>

Söz konusu haber değerleri liberal uygulamalarda kabul edilen değerleri

<sup>9</sup> Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları:8, Ankara, 1987, s. 63

<sup>10</sup> İsmail Kızılbay, Türk Yazılı Basınında Haberlerin Objektiflik Boyutu, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir 1996, s.20

<sup>11</sup> Brian S. Brooks-George Kennedy-Darby R. Moen-Don Ranly, News Reporting and Writing, St. Martin's Press, New York, 1985, s. 4

temsil etmektedir. Bu değerlere yakından baktığımızda Üniversitelerin basınını kullandığı haber değerleri ile örtüşen uygulama ve gelişmeleri barındırdığını görebiliriz.

**Hedef Kitle;** Üniversitelerde eğitim gören öğrenciler, Üniversitede eğitim görmek amacıyla çalışan lise öğrencileri ve aileleri, Akademik ve İdari çalışanları, ilgili organizasyon ve yapılar, ticari ve sosyal bağlantıları ile Üniversiteler birçok gazete için hedef kitlelerine uygun bir ilgi alanıdır.

**Etki;** Hedef Kitle ile örtüşen bir ilgi alanı aynı zamanda etki olarak da güçlü bir durumdur. Toplumda önemli kurumlar arasında yer alan Üniversiteler olumlu-olumsuz haberlerle etki yaratmaktadır.

**Yakınlık;** Büyük ve önemli üniversiteler tüm ülke tarafından, diğerleri ise özellikle buldukları bölge ve kentte önem sahibidir. Kent hayatında önemli unsurlardan olan Üniversiteler topluma, kente ve toplumsal yaşama olan yakınlıkları ile de önem kazanmaktadır.

**Çatışma-Anlaşmazlık;** Üniversitelerin ülke sorunları çerçevesinde iktidara muhalefet olmaları ya da tam tersi, Üniversite içinde ki öğrenci eylemleri, gerçekleşen muhalif etkinlikler, bilim adamlarının açıklamaları da sıklıkla bu haber değeri altında kendine yer bulmaktadır.

Diğer haber değerleri de aynı derecede önemlidir. Farklı durumlarda, gelişmenin yönü ve şekline bağlı olarak farklı haber değerleri ön plana çıkmaktadır.

Aynı zamanda Üniversite haberleri, haber türleri bakımından da önemli bir konumdadır.

Çalışan muhabirler ve editörler haberi beş ayrı kategoride ele almaktalar: Sert, Yumuşak, Spot, Gelişen ve Devam Eden. Gazetecilik metinleri ve uzmanlar bu terimlerin farklı türde haber içerikleri ya da haber olacak olayların alanını gösterdiğini belirtmektedir.<sup>12</sup>

Sonuç olarak Üniversiteler yaygın gazetecilik uygulamaları bakımından önemli haber kaynağı durumundadır. Bu aynı zamanda haber değerleri ve haber türleri ile de örtüşen bir tablo oluşturmaktadır.

### **Araştırma Yöntemi ve Bilgi Kaynakları**

İstanbul Teknik Üniversitesi ile ilgili olarak yayımlanan haberlerin kütüphaneleri, üniversitenin ücret karşılığı hizmet aldığı İnterpres Medya Takip Şirketinden alınmıştır. Şirket tarafından sağlanan kütüphaneler bilgisayar ortamında incelenmiştir. Kütüphaneler taranıp DVD ile araştırma için tarafımıza ulaştırılmıştır. Şirket tarafından yürütülen çalışma sonucunda 2008 yılında İTÜ ile ilgili yayımlanan toplam 3701 adet haber saptanmıştır. Bu haberler toplamda 354 ayrı

<sup>12</sup> Gaye Tuchman, Making News, The Free Press, New York, 1978, s. 47

yayında yer almıştır. Araştırma çerçevesinde toplam haberin %1'in den az haber yayınlanmış olan gazete ve dergiler yayın dökümüne dahil edilmemiştir.

Haberlerin nicel raporlaması tamamlandıktan sonra konularının belirli bir sistematik çerçevesinde işlenmesine geçilmiştir.

Haberlerin ayrımı için kullanılan ana başlıklar ve alt başlıklar ise;

**1- Kurumsal Haberler**

- Bilimsel Haberler
- Haber Kaynağı (Öğretim Üyesi)
- Organizasyonlar
- Mekanlar
- Rektörlük
- İTÜ Vakfı
- Sanayi İşbirliği
- Kurumsal İmaj
- Spor
- Diğer

**2- Öğrenciler**

- Kulüp Faaliyetleri ve Etkinlikler
- Öğrenci Projeleri
- Öğrenci Profili
- Diğer

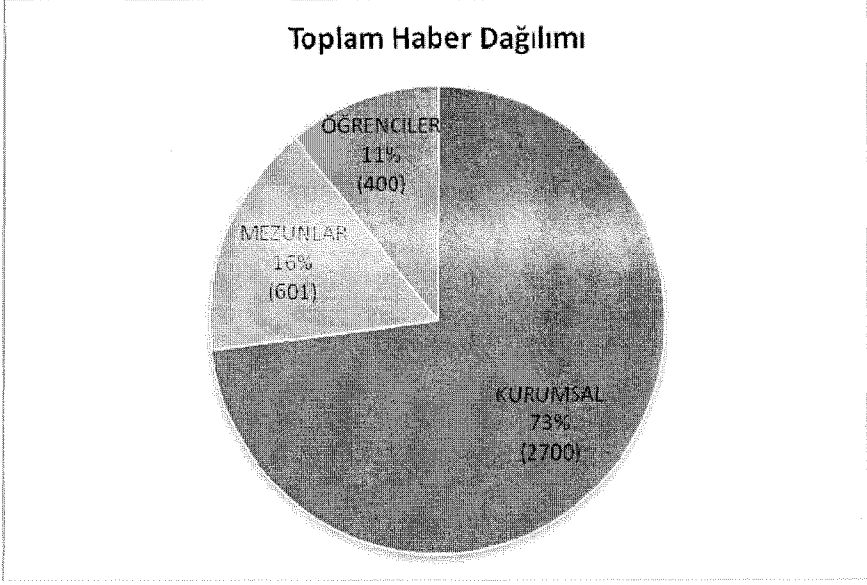
**3- Mezunlar**

- Mezun Başarıları
- Ünlü Mezunlar
- Diğer

Haberlerin sınıflandırılması yapılırken yayınlanmış tüm haberler incelendi. İnceleme sonucunda, haberlerin 3 ana başlık altında toplanması uygun bulundu. İTÜ'nün ülkenin en köklü üniversitelerinden olması ve mezunlarının sıklıkla basında yer alması, mezunlarla ilgili haberlerin ayrımını gerektirdi. Üniversitenin İstanbul'da olması, öğrencilerinin gerek bilimsel faaliyetler gerekse sosyal etkinlikler nedeniyle sıklıkla haber olarak basında yer almaları ise Öğrenci haberlerini ayrı bir başlık altında toplamayı zorunlu kıldı.

Kurumsal Haber başlığı altında ise Mezunlar ve Öğrencilerle ilgili haberlerin dışında kalanlar toplandı. Bu haberler ayrıca incelenerek başlıklar ayrıldı.

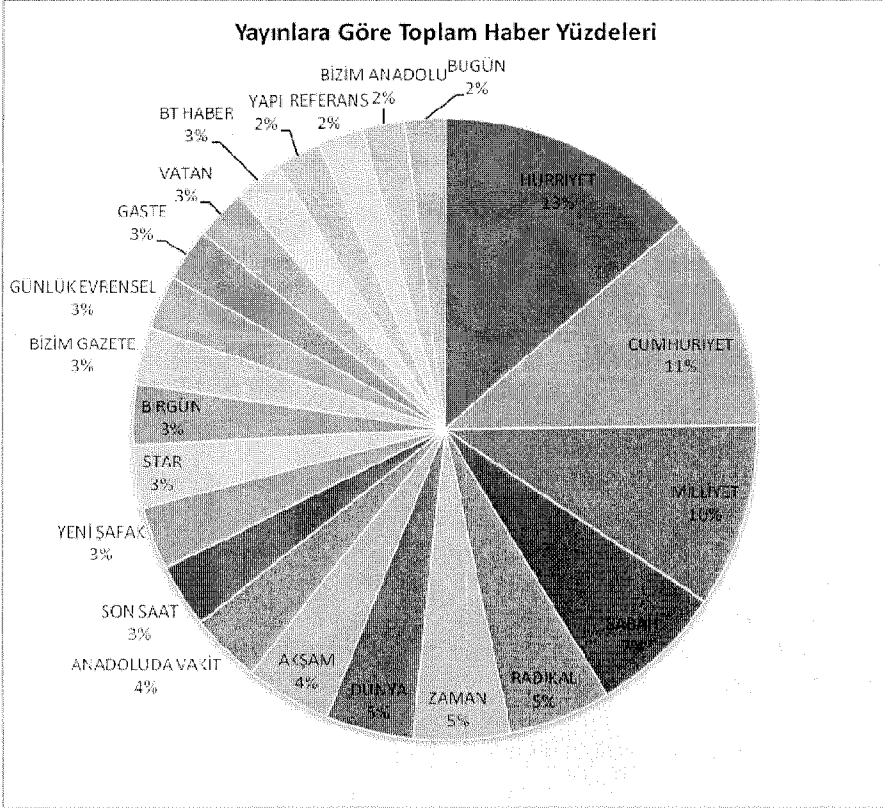
## 1- Toplam Haber Dağılımı



İstanbul Teknik Üniversitesi ile ilgili 2008 yılı içinde yayımlanan toplam haber sayısı 3701'dir. Söz konusu rakam İTÜ'nün oldukça fazla haberle basında yer aldığını göstermektedir. Araştırma sadece basın üzerine olduğu için televizyon, radyo ve internet sitelerinde yer alan haberler değerlendirmeye alınmamıştır. Yayımlanan haber sayısının yüksek olduğu tespitini kurumun Basın ve Halkla İlişkiler biriminin geçtiği haber sayısı da göstermektedir. 2008 yılı içinde söz konusu birim tarafından basına sadece 22 adet basın bülteni geçilmiştir. Buna karşılık alınan toplam yayın sayısı 3701 olarak gerçekleşmiştir. Haberlerin dağılımında mezunların, mevcut öğrencilerden daha çok haber olması ise üniversitenin köklü bir geçmişe sahip olması nedeniyle. Mezunlarla ilgili haberlerin % 63' ünün "mezun başarıları üzerine olması bu durumu açıklamaktadır.

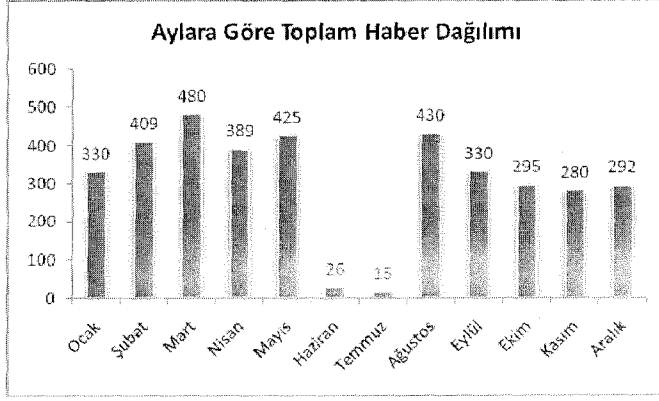


## 2- Haberlerin Gazetelere Göre Dağılımı



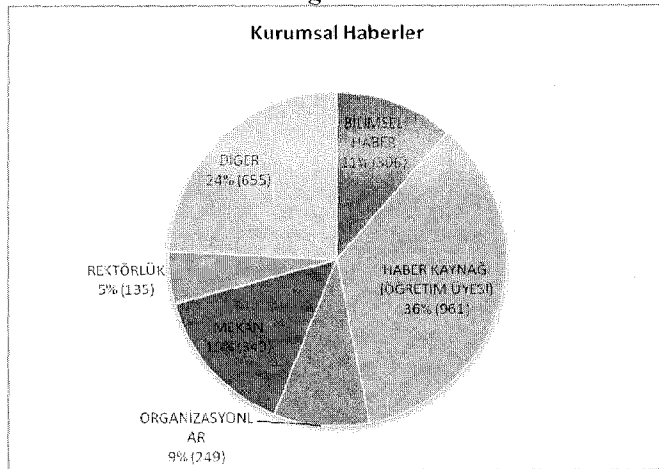
Haberlerin yayınlandığı gazetelerin dağılımında ise % 13 ile Hürriyet Gazetesi ilk sırada, % 11 ile Cumhuriyet Gazetesi 2. Sırada ve % 10 ile Milliyet Gazetesi 3. Sırada yer almaktadır. Söz konusu tablo oluşturulurken gazete ve dergilerden, toplam haber sayısının %1'i nin üstünde olanlar dikkate alınmıştır. Haberlerin yer aldığı gazetelere bakıldığında ilk 7 içinde bulunan Cumhuriyet tiraj sıralamasının dışında bir grafik ortaya koymaktadır. Haberlerin yayınlandığı yayınların toplam sayısının 354 olması ise genel olarak basının İTÜ haberlerine ilgi gösterdiğini ortaya koymakta.

### 3- Aylara göre toplam haber dağılımı



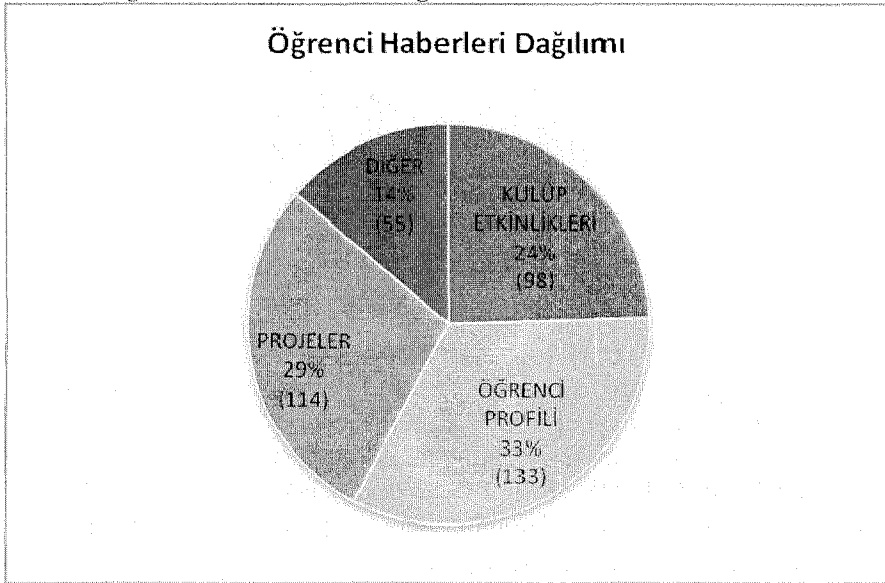
İTÜ ile ilgili yayımlanan haberlerin 2008 yılı içinde aylara göre dağılımında tatil döneminin haber oranlarını da belirgin şekilde etkilediği görülmekte. Bahar döneminde haberler yükselişe geçerken Üniversite sınav sonuçlarının beklendiği ve eğitime ara verilen Haziran ve Temmuz aylarında haber sayısı en düşük seviyeye ulaşmıştır. 2008 yılı tablosunda Mart ayının yüksek çıkmasının nedeni ise bu ayda Rektörlük seçimi için adayların açıklama yapması olarak görülmüştür. Mayıs ayı içinde ise Bahar Şenliği haberleri oranı yükseltmiş, Ağustos ayı içinde ise eğitimin başlayacak olması ve Üniversite sınav sonuçları ile ilgili haberler ağırlık kazanmaktadır.

### 4- Kurumsal Haberlerin Dağılımı



Araştırmamız açısından en önemli haberleri Kurumsal Haberler oluşturmaktaydı. Toplam haber sayısında da bu türde haberler ön plana çıkmıştır. Kurumsal haberlerin içinde en yüksek oranı % 36 ile Haber Kaynağı başlığı almaktadır. Bu başlık altında değerlendirilen haberler gazetecinin görüş aldığı, Öğretim Üyelerinin mevcut bir gelişme ile ilgili olarak yaptığı açıklamalar toplanmaktadır. %11 olarak saptanan Bilimsel Haberler ise yeni bilimsel verilerin duyurulması, önemli proje sonuçlarının açıklanması gibi konuları içermektedir. Söz konusu oran üniversitelerin işlevi dikkate alındığında düşüktür. Aynı tabloda yer alan ve “mekan” başlığı altında ele alınan haber grubunda ise İTÜ’ye ait salon, bina ve tesislerde düzenlenen etkinlikler yer almaktadır. Bu etkinliklerin bir bölümünde İTÜ öğretim üyeleri ve yöneticileri ile yer alırken bazılarında sadece mekan kullanımı görülmüştür. Kesin rakam sağlıklı bir arşiv sistemi olmadığı için bulunamamıştır. Rektörlük başlığı altında ise yönetsel konularda Rektör ve Yardımcıları tarafından yapılan açıklamalar ve Rektörlük seçimleri ile ilgili haberler bulunmaktadır.

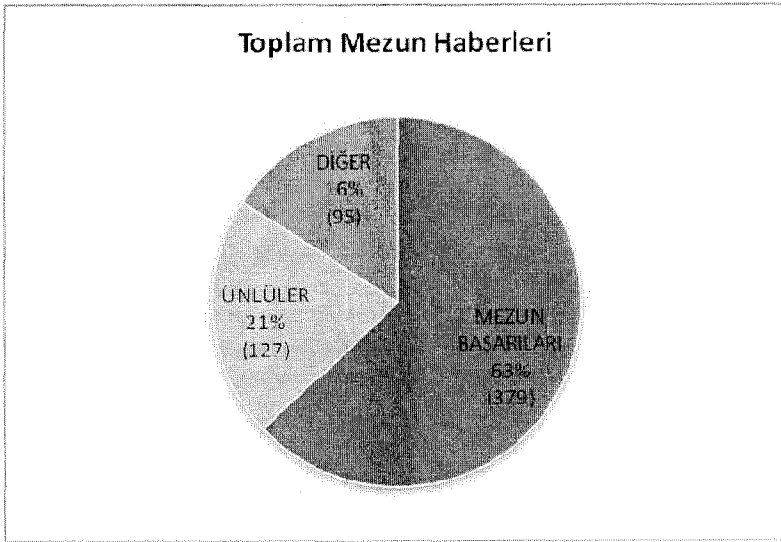
#### 5- Öğrenci Haberlerinin Dağılımı



Öğrencilerle ilgili olarak yayımlanan haberlerin % 33’ü “Öğrenci Profili” başlığı altında toplanmıştır. Bu başlık altında daha çok burs haberleri yer almakta. Üniversitenin ve başka kurumların İTÜ öğrencilerine verdiği burs oranları ve miktarları bu başlık altında değerlendirilmiştir. Aynı zamanda

üniversite giriş puanlarının yer aldığı haberlerde bu bölümde değerlendirilmiştir. Öğrenci haberler içinde % 29 luk bir oranla yer alan “Projeler” başlığı ise, öğrenciler tarafından gerçekleştirilen bilimsel çalışmalarını içermektedir. Söz konusu haberlerin önemli bir bölümü güneş enerjisi ile çalışan araba üzerinedir. Kulüp etkinlikleri ise %24 lük bir orana sahiptir. Kulüplerin ilgi alanlarına yönelik olarak yaptığı etkinlik haberleri bu başlık altında değerlendirilmiştir. Kulüp etkinlikleri ile ilgili yayınlanan haberlerde ünlü kişilerin katıldığı etkinlik haberleri ön plana çıkmaktadır.

### 6- Mezun Haberlerinin Dağılımı



237 yıllık bir geçmişe sahip olan İTÜ'nün mezunları da 2008 yılı içinde 601 adet habere konu olmuşlardır. Haberlerin % 63'ü mezunların başarıları üzerinedir. Bu haberlerin ise önemli bir bölümü mezunların atandığı önemli pozisyonlarla ilgili haberlerden oluşmaktadır. Bu başlığı ise İTÜ mezunu olduğu vurgulanan haberlerle ünlü mezunlarla ilgili haberler izlemekte.

### Sonuç

Araştırma sonuçları incelendiğinde ilk dikkati çeken konu kurum tarafından 2008 yılı içinde basına sadece 22 adet bülten geçilmiş olmasına rağmen toplamda 3701 haberin yayınlanmış olmasıdır. Bu veri, basının genel olarak İTÜ'ye ve Üniversite haberlerine yoğun ilgi gösterdiğini ortaya

koymaktadır. Bu veriler aynı zamanda basın bir haber kaynağı olarak üniversiteleri yoğun kullandığını göstermektedir. Haberlerin tür olarak dağılımı ise haber değerlerinden özellikle etki ve yakınlık değerlerini ön plana çıkarmaktadır.

Kurum tarafından özel olarak bir çaba sarf edilmemesine rağmen yayınlanan haber sayısının yüksek olması basının Üniversite kaynaklı haberlere ilgi gösterdiğini ortaya koymakla beraber içerik olarak baktığımızda özellikle “Bilimsel Haberlerin” düşük oranda kalması basının bu alanda yeterli bir yapılanmaya sahip olmadığını göstermekte. Çalışmanın önceki bölümlerinde sözünü ettiğimiz gibi bilimsel habercilik konusunda yeterli muhabirin olmaması, mesleki bir yapılanmanın olmaması bu türde haberlerin az sayıda yer almasını açıklamaktadır. Muhabir tarafından takip edilen haberler için güvenilir bir haber kaynağı olarak öğretim üyelerinin kullanılması ise bilimsel haberler çerçevesinde değerlendirmeyi mümkün kılmamaktadır. Günlük gazetelerin bilimsel haberlere fazla yer ayırmaması da bu oranlara etki eden başka bir olgudur.

Sonuç olarak basın üniversite kaynaklı haberlere ilgi göstermekte ancak gelişmiş ülkeler düzeyinde ki “bilimsel haber” kullanımını gerçekleştirememektedir.

## KAYNAKÇA

Atilla Girgin, **Gazeteciliğin Temel İlkeleri**, Der Yayınları: 398, İstanbul, 2008

Brian S. Brooks-George Kennedy-Darly R. Moen-Don Ranly, **News Reporting and Writing**, St. Martin’s Press, New York, 1985

Esra D. Arslan, “Haber ve Habercilik”, **Gazetecilik ve Habercilik**, Derleyen: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 2003

Gaye Tuchman, **Making News**, The Free Press, New York, 1978

George E. Belch- Michael A. Belch, **Advertising and Promotion**, McGraw-Hill, New York, 2004

Herbert J. Ganz, **Deciding What’s News**, Northwestern University Press, Evanston, Illinois, 2004

İsmail Kızılbay, **Türk Yazılı Basınında Haberlerin Objektiflik Boyutu**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir 1996

Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları:8, Ankara, 1987

Timothy Caulfield, **The Commercialisation of Medical and Scientific Reporting**, Plos Med, 1 (3):e 38, 2004

[www.plosmedicine.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pmed.0010038](http://www.plosmedicine.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pmed.0010038)

[www.eusja.org](http://www.eusja.org) (Avrupa Birliği Bilim Muhabirleri Derneği)

[www.reporter.asu.edu/journ.htm](http://www.reporter.asu.edu/journ.htm) (tüm dernek ve organizasyonlar)

[www.esamder.org.tr](http://www.esamder.org.tr) (Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği)