

Ana Haber Bültenlerinde Yayınlanacak Haberlerin Seçimi İçin Kriterlerin ve Kriter Ağırlıklarının Belirlenmesi

¹Hacı Mehmet Alağaç, ²Ömer Selman Mermi, ³Şafak Kızıldaş, ⁴Tamer Eren, ⁵Özgür Selvi
^{1,2,3,4}Kırıkkale Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Kampüs
Yahşihan, Kırıkkale

⁵Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale Meslek Yüksek Okulu, Görsel İşitsel Tek. ve Medya Yap.
Bölümü, Kampüs Yahşihan, Kırıkkale

Öz

Toplumun önemli ihtiyacı olan haber alma hakkı, çeşitli yayın organları tarafından karşılanmaktadır. Ana haber bültenleri ise hala güncelliğini koruyan ve toplumun tercih ettiği haber alma kaynağıdır. Bir olayın başlangıcından ana haber bülteninde yayınlanmasına kadar geçen süreç öncelikli olarak gazeteciler tarafından olayın haber değeri taşıyıp taşımadığının değerlendirilmesi ile başlar. Bir olayın haber değeri taşıyabilmesi için bazı niteliklere sahip olması gerekir. Bu niteliklere sahip olan olaylar haber ajansına ulaşıp gerekli işlemlerden geçerek haber haline gelir. Ana haber bültenlerinde yayınlanan haberlerin seçiminde, çok kriterli karar verme yöntemlerinin uygulanabilirliğinin gösterilmeye çalışıldığı bu çalışmada, haber bülteninin oluşturulmasında etkili olduğu belirlenen bu nitelikler (orijinallik, ilgi çekicilik, önemlilik, uygunluk, nadirlik, zamanlılık, anlamlılık) kriter olarak alınmış ve haber bülteni editörlerinin görüşlerine başvurularak analitik hiyerarşi prosesi yöntemiyle birbirlerine göre önem ağırlıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ana haber bülteni, Haber seçimi, Çok ölçütlü karar verme, Analitik hiyerarşi prosesi

Determination of Criteria and Criterion Weights for Selection of News to be Published in Main News Bulletins

Abstract

Societies important right to receive the news is met by various media. Prime news bulletins are still the source of news that keeps the society updated. The process that leads to an event is published in prime news bulletin begins with journalists assessing whether the event carries the value of the news. An event must have some qualities in order to carry news value. The events that have these qualities become news by reaching the news agency and going through the necessary procedures. This study, tries to show the applicability of multi-criteria decision-making methods in the selection of the news published in the prime news bulletins, these qualities determined to be effective in the formation of the news bulletin were taken as criteria and their importance weighted according to the Analytic Hierarchy Process method by referring to the opinions of the news bulletin editors.

*Sorumlu Yazar: ¹hmalagas@gmail.com

Keywords: News bulletin, News selection, Multi-criteria decision making, Analytic hierarchy process

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan için iletişim, yaşamı sürdürebilme adına çok önemli bir gerekliliktir. İnsanın dünyada olduğu her anda iletişim hep var olmuş, önemini hiç bir zaman kaybetmemiştir. İletişim teknolojisinin gelişmesiyle habere olan ihtiyaç azalmamış, haber daha da önemli bir hale gelmiştir (Türk vd., 2013: 322).

Haberleşme araçları arasında ayrı bir öneme sahip olan televizyon haberciliği, haberin topluma ulaşmasında etkin bir kitle iletişim aracıdır (Alağaç vd., 2016: 337). Televizyon haberciliğinin diğer kitle iletişim araçlarına göre etkin olmasının sebebi resim, ses ve grafiklerden yararlanarak insanlarda canlı; olayı yaşamış, olaya tanık olmuş algısını bırakacak şekilde tasarlanabilir olmasıdır.

Günlük yaşamın akışı içerisinde basın organlarına farklı kaynaklardan habere malzeme oluşturacak çok sayıda mesaj ulaşmaktadır. Bu mesajların hangilerinin topluma aktarılacağına bir süzme işlemi yapıldıktan sonra karar verilir (Işık, 2008: 113). Olayın takip edilmeye başlanmasından haber editörünün haberin yayınlanmasıyla alakalı son kararı vermesine kadar geçtiği aşamalar, olaya değer katar ve toplum için bir haber haline getirir (Türk vd., 2013: 322). Olayın habere dönüşümünde kat ettiği bu aşamalar sırasında olay belirli kriterlere göre değer kazanır ve haber haline gelir. Medya sahipleri ve editörler, enformasyonu ve toplumun bu enformasyonu öğrenme haklarını kendi çıkarları için kullandıkları sürece haber değerini kaybeder ve topluma zorla kabul ettirilmeye çalışılan bir meta haline gelir (Şimşek ve Uğur, 2008: 167).

Medyanın olan olayları haber olarak yansıtırken geliştirilen bir takım temel ilkelere riayet etmesi gereklidir. Bununla birlikte haberin toplanması, yazılması ve yayınlanması aşamalarında geliştirilen ilkelere bağlı kalınmadığı durumlarda medyaya olan güven sarsılacak ve medya inandırıcılığını kaybedebilecektir (Işık, 2008: 116). Haber oluşum süreci oldukça karmaşık ve alternatiflerin yoğun olduğu bir süreçtir. Mevcut karmaşıklık ve alternatif fazlalığından dolayı tutarlı bir seçim gerekmektedir. Bu sebeple karar verme sürecinde alternatiflerin belirlenen kriterlere göre karşılaştırılmasında kullanılan Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri haber seçimi için uygundur. Ana haber bültenlerinde yayınlanacak haberlerin seçiminde kullanılacak kriterlerin belirlenmesi ve ÇKKV yöntemlerinden AHP yöntemi ile kriter ağırlıklarının belirlenmesi yapılacaktır.

1.1. Haber Nedir?

Haber, Arapça bir sözcük olup sözlükte dil ve yazıyla iletilen veya söylenen söz manasındadır (Narmanlıoğlu, 2005: 34). Fransızlarda “les nouvelles” olarak kullanılmakta, yeni şeyler anlamına gelmektedir (Hall, 1973: 253). İngilizlerde ise “news” olup, öztürkçe karşılığı olarak “salık”, “duyuk” gibi sözcükler önerilmesine rağmen yaygınlık kazanamamıştır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 57).

Bir olay, olgu üzerine edinilen, iletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgiye haber denir. İnsanları ilgilendiren, zamanlı olan ve fikrin, olayın, sorunun özetidir (Yüksel ve Gürcan, 2001: 57).

Okuyucu ve dinleyicilerin öğrenmeyi, üzerinde konuşmayı istediği şeylere haber denir. Ayrıca belirli bir zamanda ve yerde meydana gelen ve çok sayıda kişiyi ilgilendiren önemli olayların en kısa zamanda sunulmasıdır da denebilir (Uyguç ve Genç, 1998: 107-109).

Günümüzde haber üretimi çok yoğun bir çalışma sonucu üretilmektedir. Haber üretimi esnasında yapılan bu yoğun çalışmalar sürekli olarak zamana karşı yarışarak yapılmaktadır. Gazeteciler diğer haber merkezlerini geçerek habere ilk ulaşan ve ulaştığı haberi hedef kitleye ilk aktaran olabilmek için çaba göstermektedirler. Bu sebeple haber üzerinde yeterince düşünülüp, değerlendirme yapılmadan sunulabilmektedir (Çaplı, 2002: 63).

1.2. Haber Değeri

Haber üretimi esnasında bir haberin yayınlanıp yayınlanmamasını sağlayan ölçüt, haber değeridir. Günlük olarak gelen herhangi bir eylem ya da söylemin, hedef kitleye ulaştırılması için sahip olması gereken özelliklerdir (Girgin, 2008: 111).

Gazeteciler bir olayın, hikâyenin haber olup olmadığını haber değerine göre karar vermektedir. Sunulan haberlerde ne kadar fazla haber değeri ölçütü bulunursa, haber o kadar önemli bir hale gelmekte ve insanları ikna etmede ve inandırmada o kadar önemli bir rol üstlenmektedir (Ersoy ve Balyemez, 2013: 350).

Haberin önemi, izleyenlerinin onu doğru kabul etmesi ile artmaktadır. Haber değeri yüksek haberler sunan basın kuruluşlarının zamanla prestij ve güvenilirliklerinin de garantisi haline gelmiştir (Atmaca, 2009: 10).

1.3. Haber Yayınlama Kriterleri

Bir olayın haber olarak karşımıza çıkması, diğer benzer olaylardan sıyrılarak haber olması için bazı özelliklere sahip olması gerekir. Gazeteci tarafından olay ile ilgili her ayrıntı sorgulanır ve gereksiz ayrıntılar çıkarılarak olay haber olması yönünde biçimlendirilir. Gerekli kurgulamalar yapıldıktan sonra yazım ve denetimler tamamlanarak haber yayınlanır (Girgin, 2005: 59-65). Bu süreç içerisinde sahip olması gereken özellikler; orijinallik, ilgi çekicilik, önemlilik, uygunluk, nadirlik, zamanlılık ve anlamlılık olarak tanımlanmıştır.

Orijinallik (O): Bir olayın, hikâyenin haber niteliği taşıması, iyi olması ve dengeli bir televizyon veya yayın kompozisyonu ile uyumlu olup olmamasına göre haber kararı verilir. Haber kararı esnasında gazeteciler tarafından haber içeriğinin orijinallğine göre, başka bir olayla bağdaştırılabilmesine göre, olayın kendisini veya benzerlerini tekrar etmemesine göre ve olgunlaşmış bir haber olmasına göre haberin orijinal olup olmadığına karar verilir (Küçüközyiğit, 2014: 17-19).

İlgi Çekicilik (İÇ): Olağandışı olaylar, macera ve heyecan içerikli olaylar, ünlü kişilerin ya da dünyada ön planda olan ülkelerin yaşadığı olaylar insanların ilgisini çeken konular arasındadır (Tokgöz, 1994: 144). Bir haberin diğer haber yayınlanma kriterlerini içermemesi durumunda; sadece insanların ilgisini çekebilecek bir haber olması dahi bir olayı ya da durumu haber olarak öne çıkarabilir.

Önemlilik (Ö): Bir haberin önemli sayılabilmesi için dolaylı ya da doğrudan, izleyici kitle içerisinde büyük bir kısmını etkilemesi gerekir (Çil, 2007: 11). Haber içeriği ise toplumun geriye kalan kesimleri için aykırı olmayan haberlerdir. Örneğin ekonomiye yönelik her türlü

yasa, halkın finansal refahı için doğrudan etki oluşturabilecektir. Bu etkiden dolayı haber, ülkede yaşayan herkesi ilgilendiren öneme sahip olur.

Uygunluk (U): Bir hikâyenin haber olmaya uygunluğu araştırılmalıdır. Bunun için hikâyenin yayın mecrasına uygun olması, içeriğinin haber değeri taşıması ve diğer medya kuruluşları ile rekabet etmeye uygun olması gereklidir (Küçüközyiğit, 2014: 9-10). Haber olacak olan olay, hikâye beklentileri ne kadar karşılırsa, haber olmaya o derece kolay seçilir (Yüksel ve Gürcan, 2001: 64).

Nadirlik (N): Sıradan olayların haber bülteninde yayınlanmasıyla önemi düşecek ve ilginçliği azalacaktır. Bu sebeple haber konusunun sıradan olmaması, izleyicinin haber bültenini izlemesini sağlamak ve izleyici oranlarını artırmak için gereklidir (Yüksel ve Gürcan, 2001: 61).

Zamanlılık (Z): Gelişen iletişim teknolojileriyle küçülen dünyada olaylar artık süratli bir biçimde haber olarak karşımıza çıkmakta ve çok çabuk önemini yitirmektedir. Bu sebeple zamanlılık haberin yayınlanması bakımından önemli bir etkidir (Tokgöz, 1994: 139). Haberin yayınlanmasında, zamanlılık etkeninin öneminden dolayı haber güncelliğini yitirmeden, olay sıcaklığını koruyarak sunulmalıdır.

Anlamlılık (A): Haber metninin yalın, bilinen, anlaşılır sözcük ve cümlelerden oluşması, bir bütünlük içinde anlam taşıması durumudur. Gereksiz ayrıntılardan kaçınılmalı, bilinmeyen kelimeler veya verilen bilgi yetersizliğinden kaynaklanan bir soru bırakmayacak biçimde işlenmiş olması gerekir (Girgin, 2008: 125).

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmayla, haber seçimini etkileyen kriterlerin haber bülteni editörlerinin görüşlerine dayanarak ÇKKV yöntemlerinden AHP yöntemiyle birbirlerine göre ağırlıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Türkiye'deki televizyon haberciliğinde editörler ana haber bültenlerinde yayınlanacak haberleri seçmek için belirli kriterler doğrultusunda karar vermektedirler. Mevcut amaç dâhilinde öncelikle kriterler belirlenmiş, ardından 5 haber editörü tarafından anket doldurulmuş ve bu anketteki editör görüşlerine başvurularak kriterlerin ÇKKV yöntemlerinden AHP ile ağırlık hesabı yapılmıştır. Bu çalışmanın en önemli amacı ÇKKV yöntemlerinin haber alanındaki uygulanabilirliğini ortaya koymasıdır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu bağlamda haber seçimini etkileyen kriterlerin belirlenmesine yönelik bir literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında 7 kriter belirlenmiştir. Bu kriterlerin haber seçimini etkilemedeki ağırlıklarının tespit edilmesi amacıyla, Saaty (1980: 281) tarafından geliştirilen 1-9 önem skalası kullanılarak kriterlerin ikili olarak birbiriyle karşılaştırılacağı bir anket oluşturulmuş ve bu anket 5 editör tarafından doldurulmuştur. Anketler ile elde edilen verilerin geometrik ortalaması alınarak görüşler arasındaki sapma minimize edilmiştir. Elde edilen değerler matris formuna dönüştürülmüş ve AHP yönteminde kullanılmıştır. Anket formatı Tablo 1'de gösterilmektedir. İkili karşılaştırmalarda hangi taraf kaç kat önemliyse o taraftaki

değere işaretleme yapılmaktadır. Örneğin, ilgi çekicilik orijinalliğe göre 5 kat önemli ise sağ taraftaki 5; orijinallik ilgi çekiciliğe göre 5 kat önemli ise sol taraftaki 5 işaretlenmektedir.

Anketten elde edilen verilere göre kriterlerin ağırlıklandırılmasında kullanılan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP) yönteminin adımları şu şekildedir:

Adım 1: Faktörler Arası Karşılaştırma Matrisi Oluşturma

Adım 2: Normalize edilmiş karşılaştırma matrisi

Adım 3: Öz vektörün (W) hesaplanması

Adım 4: Sütun Vektörü (D) Elde Edilmesi

Adım 5: Temel Değer (E) Elde Edilmesi

Adım 6: λ 'ın Elde Edilmesi

Adım 7: Tutarlılık İndeksi ve Tutarlılık Oranının Bulunması

3. BULGULAR

3.1. AHP Yöntemi ile Kriterlerin Ağırlıklandırılması

Adım 1: Faktörler Arası Karşılaştırma Matrisi Oluşturma

Haberlerin kıyaslanması için kullanılan haber yayınlama kriterlerinin önem derecelerinin belirlenmesi için kriterlerin kendi aralarında kıyaslanması gerekmektedir. İkili karşılaştırma matrisi, haber seçimi konusunda uzman olan beş editöre uygulanan anketin geometrik ortalaması alınarak Tablo 2'deki gibi oluşturulmuştur. Matrisin birincil köşegeni "1" olarak alınır. Köşegenin üstünde kalan değerler için $a_{ji} = (1 / a_{ij})$ formülü uygulanmıştır.

Tablo 1. İkili Karşılaştırma Anketi

Değerlendirme kriterlerinin birbirine göre karşılaştırılması ve puanlanması anketi																			
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Orijinallik																			İlgi Çekicilik
Orijinallik																			Önemlilik
Orijinallik																			Uygunluk
Orijinallik																			Nadirlik
Orijinallik																			Zamanlılık
Orijinallik																			Anlamlılık
İlgi Çekicilik																			Önemlilik
İlgi Çekicilik																			Uygunluk
İlgi Çekicilik																			Nadirlik
İlgi Çekicilik																			Zamanlılık
İlgi Çekicilik																			Anlamlılık

	9	8	7	6	5	4	3	2	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Önemlilik																			Uygunluk
Önemlilik																			Nadirlik
Önemlilik																			Zamanlılık
Önemlilik																			Anlamlılık
Uygunluk																			Nadirlik
Uygunluk																			Zamanlılık
Uygunluk																			Anlamlılık
Nadirlik																			Zamanlılık
Nadirlik																			Anlamlılık
Zamanlılık																			Anlamlılık

Tablo 2. AHP ikili karşılaştırma matrisi

	ORİJİNAL LİK	İLGİ ÇEKİCİLİK	ÖNEMLİLİK	UYGUNLUK	NADİRLİK	ZAMANLILIK	ANLAMLI LİK
ORİJİNALLIK	1,0000	0,4251	0,3480	0,9103	0,4782	0,3839	1,4114
İLGİ ÇEKİCİLİK	2,3522	1,0000	1,2011	1,5888	1,5518	2,8926	1,4841
ÖNEMLİLİK	2,8738	0,8326	1,0000	2,1411	1,8640	3,5195	1,7048
UYGUNLUK	1,0986	0,6294	0,4670	1,0000	0,6084	1,1076	0,5493
NADİRLİK	2,0913	0,6444	0,5365	1,6438	1,0000	2,6673	1,1076
ZAMANLILIK	2,6052	0,3457	0,2841	0,9029	0,3749	1,0000	1,3378
ANLAMLI LİK	0,7085	0,6738	0,5866	1,8206	0,9029	0,7475	1,0000
TOPLAM	12,7295	4,5510	4,4233	10,0074	6,7801	12,3182	8,5950

Adım 2: Normalize edilmiş karşılaştırma matrisi

Tablo 2 üzerinde $b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$ denklemi kullanılarak matris sütun toplamları 1 olacak şekilde normalize edilmiştir. Bu işlem sonucunda Tablo 3 elde edilmiştir.

Tablo 3. Normalize edilmiş karşılaştırma matrisi

	ORİJİNAL LİK	İLGİ ÇEKİCİLİK	ÖNEMLİLİK	UYGUNLUK	NADİRLİK	ZAMANLILIK	ANLAMLI LİK
ORİJİNALLIK	0,0786	0,0934	0,0787	0,0910	0,0705	0,0312	0,1642
İLGİ ÇEKİCİLİK	0,1848	0,2197	0,2715	0,1588	0,2289	0,2348	0,1727
ÖNEMLİLİK	0,2258	0,1829	0,2261	0,2140	0,2749	0,2857	0,1983
UYGUNLUK	0,0863	0,1383	0,1056	0,0999	0,0897	0,0899	0,0639

	ORİJİNAL LİK	İLGİ ÇEKİCİLİK	ÖNEMLİLİK	UYGUNLUK	NADİRLİK	ZAMANLILIK	ANLAMLILIK
NADİRLİK	0,1643	0,1416	0,1213	0,1643	0,1475	0,2165	0,1289
ZAMANLILIK	0,2047	0,0760	0,0642	0,0902	0,0553	0,0812	0,1557
ANLAMLILIK	0,0557	0,1481	0,1326	0,1819	0,1332	0,0607	0,1163

Adım 3: Öz vektörün (W) hesaplanması

Normalize edilmiş karşılaştırma matrisinden yararlanarak, faktörlerin birbirlerine göre önem değerlerini gösteren yüzde önem dağılımları elde edilir. Normalize edilmiş karşılaştırma matrisini oluşturan satır bileşenlerinin aritmetik ortalaması Denklem 1 kullanılarak alınır ve öncelik vektörü olan W sütun vektörü elde edilir. W sütun vektörü Tablo 4'te belirtilmiştir.

$$w_i = \frac{\sum_{j=1}^n c_{ij}}{n} \quad (1)$$

Tablo 4. W sütun vektörü

KRİTERLER	W
ORİJİNALLIK	0,0868
İLGİ ÇEKİCİLİK	0,2102
ÖNEMLİLİK	0,2297
UYGUNLUK	0,0962
NADİRLİK	0,1549
ZAMANLILIK	0,1039
ANLAMLILIK	0,1183

Adım 4: Sütun Vektörü (D) Elde Edilmesi

Denklem 2'deki gösterimiyle D sütun vektörü, ikili karşılaştırmalar matrisi Tablo 2 ve öncelik vektörünün Tablo 4 çarpımıyla elde edilmiştir. D sütun vektörü Tablo 5'te gösterilmiştir.

$$D = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdot & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdot & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \cdot & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdot & a_{nn} \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \cdot \\ w_n \end{bmatrix} \quad (2)$$

Tablo 5. D sütun vektörü

KRİTERLER	D
ORİJİNALLIK	0,6246
İLGİ ÇEKİCİLİK	1,5596
ÖNEMLİLİK	1,7162
UYGUNLUK	0,7054
NADİRLİK	1,1614
ZAMANLILIK	0,7712
ANLAMLILIK	0,8489

Adım 5: Temel Değer (E) Elde Edilmesi

D sütun vektörü ve W sütun vektörünün Denklem 3'te gösterildiği gibi karşılıklı elamanların birbirine bölümü sonucu Tablo 6'da her bir kriter için temel E değeri elde edilmiştir.

$$E_i = \frac{d_i}{w_i} \quad (3)$$

Tablo 6. Temel değer (E) tablosu

KRİTERLER	E
ORİJİNALLIK	7,1975
İLGİ ÇEKİCİLİK	7,4206
ÖNEMLİLİK	7,4725
UYGUNLUK	7,3301
NADİRLİK	7,4978
ZAMANLILIK	7,4234
ANLAMLILIK	7,1728

Adım 6: λ'ın Elde Edilmesi

Karşılaştırmanın temel değeri olan λ, Denklem 4'deki gibi E değerlerinin aritmetik ortalaması alınarak bulunur.

$$\lambda = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n} \quad (4)$$

$$\lambda = 7,3592$$

Adım 7: Tutarlılık İndeksi ve Tutarlılık Oranının Bulunması

Tutarlılık indeksi (CI)

λ'nın hesaplanmasıyla Denklem 5'e göre Tutarlılık Göstergesi (CI) hesaplanmıştır:

$$CI = \frac{\lambda - n}{n - 1} \quad (5)$$

$$CI = 0,0599$$

Tutarlılık oranı (CR)

CR değeri, CI değerinin RI değerine bölümüyle belirlenmiştir. CI değerinin; 7 karar değişkeni olduğu için Tablo 7'de gösterilmiş olan rastsallık tablosunda 7'ye karşılık gelen değer olan 1,32'ye bölünmesiyle hesaplanmıştır.

$$CR = 0,0454$$

Tablo 7. Rastsallık İndeksi

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Rastsallık göstergesi	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bilginin bu kadar önemli olduğu ve çok hızlı yayıldığı günümüzde, insanlar haberi öğrenme isteğini karşılamak için özellikle televizyon haberlerini takip etmektedir. Dünyada ve ülkemizde günlük olarak birçok olay meydana gelmekte ve medya insanların bu olaylardan haberdar olmasını sağlamaya çalışmaktadır. Ancak çok sayıda olay arasından haber niteliği taşıyan olaylar seçilmelidir. Haber niteliği taşıyan haberler arasından da editörler belirli kriterlere göre ana haber bültenlerini oluşturmaktadır.

Çalışmada haber bültenleri için haber seçiminde kullanılan kriterler ve bu kriterlerin ağırlıklandırılması ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan haber kriterleri (orijinallik, ilgi çekicilik, önemlilik, uygunluk, nadirlik, zamanlılık, anlamlılık) Kanal D, CNN, TRT-1, TGRT Haber, Ülke TV editörlerinden gelen uzman görüşlerinden faydalanılarak AHP yöntemi ile ağırlıklandırılmıştır. AHP yönteminden elde edilen sonuçlara göre, haber kriterlerinin başında %22,97 önemlilik ve %21,02 ilgi çekicilik gelmektedir. Bu kriterleri %15,49 nadirlik, %11,83 anlamlılık, %10,39 zamanlılık, %9,62 uygunluk, %8,68 orijinallik kriterleri izlemektedir.

Çalışmada elde edilen kriter ağırlıkları kullanılarak yapılacak haber seçimleri haber bültenlerinin hazırlanmasında daha objektif olmaya yaklaştıracaktır. Bu kriter ağırlıkları kullanılarak diğer ÇKKV yöntemleri ile haber seçimine yönelik bir çalışma yapılabilir. Böyle bir çalışma ile haber editörlerinin iş yükünü azaltmada ve daha sağlıklı bir haber bülteni oluşturulmasında fayda sağlanabilecektir. Ayrıca daha fazla sayıda editör ya da farklı ÇKKV yöntemlerinin kullanımı ile haber seçiminde hassasiyet daha da artırılabilir, yeni değerlendirmeler de yapılabilecektir.

KAYNAKÇA

Alağaç, H.M., Bedir, N., Mermi, Ö.S., Kızıldaş, Ş. ve Eren, T. (2016). *Ana Haber Bültenlerinin AHP-TOPSIS İle Değerlendirilmesi*. 2. Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi 20-23 Nisan 2016 içinde (s. 336-352). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Atmaca, N.E. (2009). *Haber Değeri Kavramının Değişmesi Sürecinde Basın Kuruluşları Mülkiyetinin Etkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik* (1. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Çil, S. (2007). *Televizyon Haberlerinde Etik: Karşılaştırmalı Haber İçerik Analizleri*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ersoy, M. ve Balyemez, M. (2013). *Geleneksel ve Sosyal Medyanın Haber Dili: "Zaytung" Örneği*. II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design, North Cyprus 2-4 Mayıs 2013 içinde (s. 350-354). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Girgin, A. (2005). *Haber Yazmak* (3. Baskı). İstanbul: Der Yayınevi.

Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri* (1. Baskı). İstanbul: Der Yayınevi.

Hall, S. (1973). Haber Fotoğraflarının Belirleyici Özellikleri. A.M. Bayraktaroğlu, (Çev.). *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2005/21, 245-263.

- Işık, M. (2008). Haberde Objektiflik ve Yorum. M. Işık ve A. Erdem (Ed.), *Medya ve İletişim içinde* (s. 113-120). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Küçüközyiğit U. (2014). *Haber Üretim Sürecinde 'Haber Kararı' ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler*. (Yayınlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Narmanlıoğlu, H. (2005). *Fıkra Tadında Haberler* (1. Baskı). İstanbul: Dergâh Yayınevi.
- Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resources allocation*. New York: McGraw.
- Şimşek, S. ve Uğur, İ. (2008). Basında Tekelleşmenin Nedenleri ve Ortaya Çıkardığı Olumsuzluklar. M. Işık ve A. Erdem (Ed.), *Medya ve İletişim içinde* (s. 167-184). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik* (3. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.
- Türk, M.S., Bıyık, A., Güven, A. ve İşi, A. (2013), Türk Gazetecilerin Haber Yayınlama Kriterlerine Yönelik Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 8(4), 321-331.
- Uyguç, Ü. ve Genç, A. (1998). *Radyo Televizyon Haberciliği* (2. Baskı). İstanbul: Avcıol Basım Yayın.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2001). *Habercinin El Rehberi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.