

# TELEVİZYON HABERİNİN RETORİK BİLEŞENLERİ İLETİŞİMSEL ZİHNİYETİN HABER RETORİĞİNE YANSIMASI

---

Ahmet Selman Seyhan



# Televizyon Haberinin Retorik Bileşenleri İletişimsel Zihniyetin Haber Retoriğine Yansımaları

Ahmet Selman Seyhan

Yayın No.: 1007

ISBN: 978-625-433-375-0

E-ISBN: 978-625-433-376-7

Basım Sayısı: 1. Basım, Mart 2022

© Copyright 2022, NOBEL BİLİMSEL ESERLER SERTİFİKA NO.: 20779

Bu baskının bütün hakları Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.ne aittir. Yayınevinin yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

Nobel Yayın Grubu, 1984 yılından itibaren ulusal ve 2011 yılından itibaren ise uluslararası düzeyde düzenli olarak faaliyet yürütmekte ve yayınladığı kitaplar, ulusal ve uluslararası düzeydeki yükseköğretim kurumları kataloglarında yer almaktadır.

"NOBEL BİLİMSEL ESERLER" bir Nobel Akademik Yayıncılık markasıdır.

Genel Yayın Yönetmeni: Nevzat Argun -nargun@nobelyayin.com-  
Genel Yayın Koordinatörü: Gülfem Dursun -gulfem@nobelyayin.com-

Sayfa Tasarım: Mehmet Çakır -mehmet@nobelyayin.com-  
Redaksiyon: Şeyma Kurtul -seyma@nobelyayin.com-  
Kapak Tasarım: Mehmet Çakır -mehmet@nobelyayin.com-  
Görsel Tasarım Uzmanı: Mehtap Yürümez -mehtap@nobelyayin.com-  
Baskı Sorumlusu: Yavuz Şahin -yavuz@nobelyayin.com-

## Kütüphane Bilgi Kartı

**Seyhan, Ahmet Selman.**

**Televizyon Haberinin Retorik Bileşenleri İletişimsel Zihniyetin Haber Retoriğine Yansımaları**

Ahmet Selman Seyhan

1. Basım, XVIII + 500 s., 16,5x24 cm. Kaynakça var, dizin yok.

ISBN: 978-625-433-375-0

E-ISBN: 978-625-433-376-7

1.İletişimsel Zihniyet 2. Retorik Bileşenler 3. Televizyon Haberleri

## Genel Dağıtım

**ATLAS AKADEMİK BASIM YAYIN DAĞITIM TİC. LTD. ŞTİ.**

**Adres:** Bahçekapı Mh. 2465 Sk. Oto Sanayi Sitesi No:7 Bodrum Kat, Şaşmaz/ANKARA

**Telefon:** +90 312 278 50 77 - **Faks:** 0 312 278 21 65 - **Sipariş:** siparis@nobelyayin.com-

**E-Satış:** www.nobelkitap.com - esatis@nobelkitap.com / www.atlaskitap.com - info@atlaskitap.com

**Dağıtım ve Satış Noktaları:** Alfa Basım Dağıtım, Arasta, Arkadaş Kitabevi, D&R Mağazaları, Dost Dağıtım, Ekip Dağıtım, Kıda Dağıtım, Kitapsan, Nezih Kitabevleri, Pandora, Prefix, Remzi Kitabevleri

## Baskı ve Cilt

Meteksan Matbaacılık ve Teknik Sanayi Tic. Anonim Şirketi Sertifika No.: 46519

Beytepe Köy Yolu No.: 3 06800 Bilkent-Çankaya/ANKARA

“Bu eser Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde Gazetecilik Anabilim Dalında doktora tezi olarak hazırlanmış ve jüri üyeleri Prof. Dr. Zülfikar DAMLAPINAR (Danışman), Prof. Dr. Sema BECERİKLİ (Üye), Prof. Dr. Nurettin GÜZ (Üye), Prof. Dr. Bünyamin AYHAN (Üye) ve Prof. Dr. Cem YAŞİN (Üye) önünde 08/07/2020 tarihinde savunularak kabul edilmiştir. Tezde ileri sürülen görüşler yazarına ait olup, Enstitü bu görüşlerden dolayı hiçbir sorumluluk kabul etmez.”



# İÇİNDEKİLER

<b>ÇİZELGELERİN LİSTESİ</b> .....	<b>ix</b>
<b>ŞEKİLLERİN LİSTESİ</b> .....	<b>xi</b>
<b>RESİMLERİN LİSTESİ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>1. GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>2. TELEVİZYON HABER RETORİĞİ VE İLETİŞİMSEL ZİHNİYET: TEMEL KAVRAMLAR VE YAPISAL İLİŞKİLERİ</b> .....	<b>7</b>
2.1. Televizyon Haberinin Doğası .....	9
2.1.1. Kavram Olarak Haber.....	10
2.1.2. Veriden Enformasyona Haberin Hakikati.....	13
2.1.3. Kavram Olarak Televizyon Haberi.....	20
2.1.4. Televizyon Haberinin Mahiyeti .....	22
2.1.5. Televizyon Haberinin Teamül ve Kriterleri .....	31
2.1.5.1. 5N1K Teamülü .....	32
2.1.5.2. Eşik Bekçisi Etkisi.....	33
2.1.5.3. Haber Değeri ve Haber Seçim Sürecinin Doğası .....	35
2.1.5.4. Gündem Kurma .....	41
2.1.6. Hazırlanışı İtibariyle Televizyon Haberinin Türleri .....	43
2.1.7. Televizyon Haberciliğine Dair Kuram ve Yaklaşımlar.....	50
2.1.7.1. Liberal Çoğulcu Yaklaşım .....	51
2.1.7.2. Eleştirel Yaklaşım.....	57
2.2. Televizyon Haberinin Retoriği.....	62
2.2.1. Kavram Olarak Retorik .....	63
2.2.2. Retoriğin Tarihi Gelişim Süreci ve Televizyon Haberine Katkısı .....	65

2.2.2.1. Antik Dönem .....	71
2.2.2.2. Roma Dönemi.....	80
2.2.2.3. İslamiyet Dönemi .....	88
2.2.2.4. Kıta Avrupa ve Skolastik Dönem .....	96
2.2.2.5. Aydınlanma Dönemi .....	100
2.2.2.6. Yakın Dönem .....	106
2.2.2.6.1. Münazara Çeşitleri .....	110
2.2.2.6.2. Medya Münazaraları .....	114
2.2.2.6.3. Görsel Retorik .....	122
2.2.3. Retoriğin İkna Yönleri.....	128
2.2.3.1. Ethos Yönü .....	128
2.2.3.2. Pathos Yönü.....	130
2.2.3.3. Logos Yönü .....	132
2.2.4. Retoriğin Temel Söylev Türleri.....	134
2.2.4.1. Adli Söylev .....	136
2.2.4.2. Siyasi Söylev .....	137
2.2.4.3. Dasitani Söylev.....	140
2.2.5. Retorikte Kullanılan Figürler.....	142
2.2.5.1. Trop.....	143
2.2.5.2. Şema .....	149
2.3. Televizyon Haber Retoriğinin Zihniyeti .....	153
2.3.1. Kavram Olarak Zihniyet.....	157
2.3.2. Kapsam Olarak Televizyon Haber Retoriğinin Zihniyeti.....	159
2.3.3. Haber Merkezinin Bütünleştirici Gücü Zihniyet .....	163
2.3.4. Tefekkür ve Eylemlerde Zihniyet Değişimi .....	165
2.3.5. Zihniyetle İlişkili Temel Kavramlar .....	468
2.3.5.1. Din.....	170
2.3.5.2. Kültür .....	173

2.3.5.3. Ahlak .....	178
2.3.5.4. Hukuk.....	182
2.3.5.5. İdeoloji .....	185
2.4. İletişimsel Zihniyet .....	198
2.4.1. İletişimsel Zihniyetin Televizyon Haberi ve Haber Retoriğine Yansıması.....	202
2.4.1.1. Tefekkür Safhası.....	206
2.4.1.2. Eylem Safhası.....	211
2.4.2. İletişimsel Zihniyetin Değerler Sistemi .....	217
2.4.2.1. Tevziniyet süzgeci .....	218
2.4.2.2. Kurumsal yapı .....	222
2.4.2.3. Şahsiyet.....	229
2.4.3. İletişimsel Zihniyette Yaşanabilecek Dönüşümler.....	239

### **3. TELEVİZYON HABERİNE YANSIYAN İLETİŞİMSSEL ZİHNİYETİN ANALİZ MODELİ..... 243**

3.1. Televizyon Haberinin Parametreleri .....	245
3.1.1. Kam/Spiker Bölümü.....	246
3.1.1.1. Görüntü Parametreleri .....	248
3.1.1.2. Ses Parametreleri.....	253
3.1.2. VTR Bölümü .....	256
3.1.2.1. Görüntü Parametreleri .....	256
3.1.2.2. Ses Parametreleri .....	285
3.2. Retorik Bileşenler .....	296
3.2.1. Çerçeveleme .....	297
3.2.2. Öne Çıkarma.....	304
3.2.3. Duyguları Yönlendirme .....	311
3.2.4. Anlamlandırma .....	314

3.2.5. Kelime Oyunları .....	323
3.2.6. Görüntü Tekniđi.....	328
3.2.6.1. Açı, Ölçek ve Kadrajlama.....	328
3.2.6.2. Kurgu.....	330
<b>4. İLETİŞİMSEL ZİHNİYET ANALİZİNİN ÖRNEK OLAY</b>	
<b>ÇÖZÜMLEMESİ.....</b>	<b>355</b>
4.1. Analiz Tablosu ve Deđerlendirme Usulü .....	356
4.2. Örnek Olay Analizi .....	364
<b>5. SONUÇ.....</b>	<b>475</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>481</b>



## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge 2.1. Televizyon haber türleri tipolojisi. ....	43
Çizelge 2.2. Yaklaşımlara göre televizyon haberi tipolojisi. ....	51
Çizelge 2.3. Retoriğin dönemlere göre özellikleri. ....	67
Çizelge 2.4. Toulmin'in münazara modeli .....	112
Çizelge 4.1. İletişimsel zihniyet analiz tablosu. ....	358
Çizelge 4.2 Retorik bileşen rehberi .....	361