

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GENEL GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

ULUSAL YAZILI BASINDA UZMAN GAZETECİLİK: KÜLTÜR SANAT
HABERCİLİĞİNİN ANA AKIM VE FİKİR GAZETELERİNDEKİ
UYGULAMALARI

DOKTORA TEZİ

GAMZE ERDOĞAN

TEZ DANIŞMANI: Yrd. Doç. Dr. OĞUZHAN KAVAKLI

İZMİR 2007

Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü M¼d¼rl¼ğ¼ne sunduğ¼m **Ulusal Yazılı Basında Uzman Gazetecilik: K¼lt¼r Sanat Haberciliğ¼nin Ana Akım ve Fikir Gazetelerindeki Uygulamaları** adlı doktora tezinin tarafımdan bilimsel, ahlak ve normlara uygun bir şekilde hazırlandığ¼nı, tezimde yararlandığ¼m kaynakları bibliyografyada ve dipnotlarda gösterdiğimi onurumla doğrularım.

Gamze ERDOĞAN

İÇİNDEKİLER

YEMİN BELGESİ

SUNUŞ.....IV

GİRİŞ.....1

I. BÖLÜM

HABERE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....6

A. HABER KAVRAMI.....6

1. Haber Tanımı.....7

2. Haber Kavramına Yaklaşımlar ve Kitle İletişim Araştırmaları.....10

2.1. Ana Akım İletişim Çalışmaları.....12

2.2. Medyaya İşlevsel Yaklaşım13

2.3. Medya Çalışmaları ve Etki Sorunu.....14

3. Eleştirel İletişim Çalışmaları15

3.1. Ekonomi- Politik Yaklaşım18

3.2. Kültürel Çalışmalar.....23

4. Ana Akım ve Eleştirel İletişim Çalışmaları Çerçevesinde “Haber”25

5. Haber Değeri.....32

B. HABER YAPIM SÜRECİ.....43

1. Haber Seçimi.....45

2. Haber Kaynakları.....47

II. BÖLÜM

YAZILI BASINDA UZMAN GAZETECİLİK UYGULAMALARI.....	53
A. UZMANLAŞMA KAVRAMI.....	54
B. UZMAN GAZETECİLİK KAVRAMI VE ORTAYA ÇIKIŞI.....	55
C. UZMANLIK ALANLARI.....	70
1. Politika Haberciliği.....	72
2. Ekonomi Haberciliği.....	79
3. Polis- Adliye Haberciliği.....	91
4. Sağlık Haberciliği	96
5. Bilim ve Teknoloji Haberciliği.....	101
6. Eğitim Haberciliği.....	107
7. Spor Haberciliği.....	111
8. Magazin Haberciliği.....	120
9. Savaş Haberciliği.....	129
10. Araştırmacı Gazetecilik	135
D. TOPLUMSAL KURUMLAR SİSTEMİNİN BİR ALT SİSTEMİ OLARAK EĞİTİM SİSTEMİ.....	140
1. Batıda Gazetecilik Eğitiminin Kurumsallaşması.....	143
2. Türkiye’de Gazetecilik Eğitiminin Kurumsallaşması.....	148

III. BÖLÜM

BİR UZMANLIK ALANI OLARAK KÜLTÜR SANAT HABERCLİĞİ....	156
A. KAVRAM OLARAK KÜLTÜR VE SANAT.....	156
B. KÜLTÜR SANAT HABERCİLİĞİ.....	171

IV. BÖLÜM

ULUSAL AYZILI BASIN TEMSİLCİLERİNİN UZMAN GAZETECİLİĞE VE BİR UZMANLIK ALANI OLARAK KÜLTÜR SANAT

HABERCİLİĞİNE BAKIŞI.....198

A. DEĞERLENDİRMEYE ALINAN ULUSAL YAZILI BASIN

KURULUŞLARININ GENEL ÖZELLİKLERİ198

1. Hürriyet Gazetesi ve Doğan Holding.....198

2. Sabah Gazetesi ve Ciner Grubu.....200

3. Cumhuriyet Gazetesi.....202

4. Zaman Gazetesi.....205

B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....207

C. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....208

SONUÇ.....236

KAYNAKÇA.....248

ÖZGEÇMİŞ

SUNUŞ

Bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak, çağımızda önemi daha da artan hız, hata riskini en aza indirme gerekliliği ve çalışma alanlarının artarak çeşitlenmesi sadece gazetecilikte değil tüm birimlerde uzmanlaşma zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Toplumsal gelişme ve değişmelere paralel olarak çalışma alanı büyüyen basın da, zamanla daha sınırlı bir alanda daha bilgili olmayı gerektiren bir oluşum içine girmiştir. Her geçen gün yazılı ve görüntülü basında çalışan karışık konuları içeren olayları toparlayarak bilgileri sentezleyen ve tüm okurların anlayabileceği şekilde yazan uzman muhabirlerin sayısı giderek artmakta ve bu uzman muhabirler çeşitli alanlarda başarılı haberlere imza atmaktadırlar.

Gazetecilikte uzmanlaşma, kültür ve sanatın basın ve toplum ile olan ilişkisi çerçevesinde ifade ettiği anlam, gerek kişisel gelişim açısından, gerekse uluslararası platformlarda toplumların konumu ve saygınlık düzeyi açısından büyük önem taşımaktadır. Farklı alanlarda eserlerin ortaya konulduğu ve ülkelerin bu alandaki üretimleriyle tarihe yön verişlerinde en önemli unsurlardan biri olan kültür sanat, basın için de geniş bir haber alanı teşkil etmektedir. Yayın politikaları doğrultusunda basın, olumlu veya olumsuz anlamda toplumu yönlendirmektedir. Kitle iletişim araçlarının kültür ve sanatı, gerek niceliksel anlamda, gerekse nitelik olarak daha yoğun ve kaliteli bir şekilde işlemesi ve toplumda bu yönde bir eğilimin oluşumu ve devamının sağlanması sürecinde öncülük etmesi arzu edilmektedir.

Bu düşünceden hareketle hazırlanan “Ulusal Yazılı Basında Uzman Gazetecilik: Kültür Sanat Haberciliğinin Ana Akım ve Fikir Gazetelerindeki Uygulamaları” başlıklı çalışmanın yürütülmesi sürecinde başta danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Oğuzhan Kavaklı olmak üzere, çalışmama fikirleriyle yön veren E.Ü. İletişim Fakültesi Dekanı Sayın Prof. Dr. Ahmet Bülend Göksel, Prof. Dr. Konca Yumlu ve Yrd. Doç. Dr. Sıdika Yılmaz’a ve engin bilgi ve donanımıyla beni aydınlatarak yol gösteren ve desteğini esirgemeyen Sayın Yrd. Doç. Dr. Suavi Tuncay ve Sayın Nermin Göksu’ya, mülakatlar esnasında teknik katkı veren ve yaşamımda çok özel bir yeri olan Prof. Dr. Hakkı Kişi’ye, çalışmamı yürütürken bana güç ve moral veren sevgili dostlarıma ve çok değerli anneme teşekkürü borç biliyorum. Saygılarımla.

Gamze ERDOĞAN

GİRİŞ

Gazetecilikte, eğitimden teorisine, uygulamasından icra koşullarına, toplumdaki konumundan yaşam tarzına kadar bir dizi önemli değişim yaşanmaktadır. Gazetecilik, siyasal, kültürel, ekonomik, toplumsal, psikolojik, ticari, teknik ve teknolojik yönleri olan mesleki bir alandır. Söz konusu düzlemlerdeki değişimleri büyük bir hızla neredeyse otomatik olarak kendi bünyesine yansıtmakta, yayınlarıyla toplumdaki bu değişimi de etkilemektedir. Gazetecilik, 17. yüzyıldan itibaren yaklaşık üç yüz yıl boyunca ticaret ve siyaset mecrasının en önemli iletişim aracı olarak işlev görürken, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında insanoğlunun gerçekleştirdiği büyük teknolojik gelişme sayesinde ilgi ve çalışma alanını yaygınlaştırıp, derinleştirmiştir. Bu gelişmeler yaşanırken, enformasyon sahipleri ve enformasyonun dolaşımı toplumda her geçen gün daha büyük bir hızla artmıştır. Bir ülkedeki gazeteci sayısı artarken, enformasyon trafiği hem hız kazanmış, hem de alıcı- verici sayısı katlanmıştır. Hızın öneminin giderek artması, hata riskini en aza indirme gerekliliğinin yanı sıra çalışma alanlarının her geçen gün çeşitlenmesi, sadece gazetecilikte değil pek çok alanda uzmanlaşmayı gerektirir olmuştur. Toplumsal gelişme ve değişmelere paralel olarak çalışma alanı büyüyen basın ise, zamanla daha sınırlı bir alanda, daha bilgili olmayı gerektirir hale gelmiştir.

Özü, olay, olgu ve fikirleri ses, yazı ya da görüntü aracılığıyla kamuoyuna iletmek olan gazetecilik mesleğinde; iletimi gerçekleştirmek giderek salt teknik bir işlem haline gelmektedir. Ancak ‘Gazeteci neyi, hangi içeriği iletip tercüme edecek?’ sorusu gündeme geldiğinde, çözüm olarak, basılı ve elektronik medyada görev yapan muhabirin, lisans ya da yüksek lisans/doktora düzeyinde bir alanda uzman olması veya uzmanlaşmayı bir alanda uzun yıllar görev yaparak, kurum içi eğitimden geçerek vs. gerçekleştirmiş olması beklenmektedir. Bugün Batı Medyasında pek çok alanda, adeta bir eksper gibi uzmanlaşmış muhabirler yer almaktadır. Zira haberlerin yapım sürecinde en iyiye ulaşmanın yollarından biri de haberlerin alanında uzman muhabirlerce yazılmasıdır. Kısacası, uzman

muhabirlik, haber kalitesini arttıran önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Artık muhabirlerin, alanına ve çevresine hakim olduğu oranda ‘nitelikli ve hatasız haber’ yazabilecekleri kabul edilmektedir.

Batı basınının ‘uzmanlaşma’ konusunda geldiği nokta, Türk basınıninkinden farklıdır. Batıda, küçük ve büyük ölçekli yazılı ve görüntülü basın kuruluşlarında çok uzun süredir alanlarında uzman habercilerin çalıştırıldığı bilinmektedir. Ülkemizde ise uzman habercilik son 10- 15 yıldır üzerinde tartışılan ve özellikle büyük medya kuruluşlarında uygulama imkanı bulan bir habercilik türü ve statüsü olmakla beraber, belirli alanlar dışında, keskin ve yaygın bir uzmanlaşma henüz tam anlamıyla gerçekleşmemiştir. Bir yandan habercilikte uzmanlaşmaya doğru gidilen bir trend söz konusu iken, öte yandan gazetecilik mesleğinde ‘polyvalent’ olarak tabir edilen çok yönlülüğün, geleceğin gazetecisinde aranacak en önemli niteliklerden biri olacağı öne sürülmektedir.

Kitle iletişim araçlarıyla yayılan bilgilerin uzun vadede bireylerin ve buna bağlı olarak toplumların düşünce zenginliğini ve davranış biçimlerini şekillendirdiği ortadadır. Kitle iletişim araçlarında haber olarak verilecek konuların seçimi, işleniş sıklığı ve biçimi belirli bir süreç sonunda ilgi alanlarını da belirlemektedir. Dolayısıyla denilebilir ki, kültür sanat büyük oranda basının da desteği ile toplumların önem sıralamasında üst sıralara yerleşebilmektedir. Bundan dolayı kültür sanat alanına giren konuların haber haline getirilmesi aşamasında , bunların gerek nicel anlamda gerekse içerik olarak doğru bir biçimde ele alınması suretiyle sosyal dokunun oluşum sürecinin sağlanması büyük önem taşımaktadır. İşte bunu gerçekleştirmenin en etkili yollarının başında, daha önce de belirtildiği üzere, kültür sanat haberlerinin de alanlarında uzmanlaşmış, konusunu ve çevresini iyi tanıyan haberciler tarafından kaleme alınması gelmektedir.

“Ulusal Yazılı Basında Uzman Gazetecilik: Kültür Sanat Haberciliğinin Ana Akım ve Fikir Gazetelerindeki Uygulamaları” başlıklı çalışmadaki ‘Uzman

Gazetecilik' ifadesi, ihtisas haberciliğini imlemektedir ve çalışma içerisinde hem uzman gazeteci hem de uzman muhabir/haberci ifadeleri aynı anlama gelecek şekilde kullanılmıştır. Ancak çalışma yürütülürken, gerek literatür tarama aşamasında gerekse gazetecilerle yapılan mülakatlarda, 'belirli bir alanda uzmanlaşma (ihtisas haberciliği)' ile 'gazetecilikte yani meslekte uzmanlaşma' arasındaki farkın göz ardı edilerek birbiri yerine kullanıldığı görülmüştür. Öyle ki, Hürriyet Gazetesi'nde, mesleğe ve kuruma yıllarını veren muhabirlerin ödüllendirilmesi, kendilerini 'uzman muhabir' statüsüne terfi ettirmek suretiyle yapılmakta; bu yeni konum ise ücret artışı anlamına gelmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde öncelikle habere ilişkin kavramsal çerçeve çizilmeye çalışılmış, haber tanımları yapılmıştır. İletişimin ve iletişim araçlarının toplumdaki rolü ve etkilerine ilişkin soruların yanıtlarına göre, toplumbilimcilerin çeşitli yaklaşımlarından söz edilmektedir ve bunlar genel olarak iki ayrı çerçeve içinde değerlendirilmektedir. Bunlardan birincisi ana akım, diğeri ise eleştirel görüştür. Çalışmamızda kitle iletişim araştırmaları tarihi ortaya konularak, haber kavramı ana akım ve eleştirel iletişim çalışmaları çerçevesinde incelenmiştir. Eleştirel iletişim çalışmaları ise, çalışmaya kuramsal açıdan dayanak oluşturan ekonomi politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar geleneği çerçevesinde ele alınmıştır. Bir olayın haber olabilmesi için gereken özellikler, haberi haber yapan unsurlar, haber değeri kavramı içerisinde ele alınmış, haber yapım süreci, haber seçimi ve haber kaynakları üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde, önce uzmanlaşma kavramı ve gerekliliği ele alınmıştır. Ardından, uzman gazetecilik kavramı ve ortaya çıkışı ile ilk uygulamaları ortaya konulmuştur. Mevcut uzmanlık alanları teker teker incelenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede, araştırmacı gazetecilik, ekonomi, iç ve dış politika haberciliği, polis adliye, sağlık, bilim ve teknoloji, eğitim, spor, savaş ve magazin haberciliği kendi özellikleri itibarıyla ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Adı geçen uzmanlık alanları, haber kaynak ve konuları, haberin yazımında dikkat edilmesi gereken noktalar, habercinin taşıması gereken özellikler bağlamında

değerlendirilmiştir. Aynı bölümde, toplumsal kurumlar sisteminin bir alt sistemi olarak eğitim sistemi başlığı altında gazetecilik eğitiminin batıda ve Türkiye’deki kurumsallaşma süreci değerlendirilmiştir.

Üçüncü bölümde ise, çalışmanın temel konusu ve çıkış noktası olan kültür sanat muhabirliği incelenmektedir. Bu bölümde kültür sanat muhabirliği ve haberleri, basın içeriği dahilinde sahip olduğu önem çerçevesinde ayrıntılarıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öncelikle kültür ve sanat kavramlarının anlamlarını netleştirebilmek için söz konusu kavramlar genel bir bakış açısıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Basının kültür sanat haberlerine ve kültür sanat alanında uzmanlaşmaya neden önem vermesi gerektiği ele alınarak, öncelikle kültür ve sanat kavramı analiz edilmiş, bu kavramın ne anlama geldiği ve toplumlar için neden önemli bir yere sahip olduğu vurgulanmıştır. Kültür sanat; toplumların gelişmişlik düzeylerinin hem göstergesi, hem de nedenlerinden biridir. Basın ile toplum arasında var olduğu kabul edilen karşılıklı bağımlılık ilişkisi çerçevesinde, toplumda kültür ve sanatın yeri arttıkça basında daha çok yer almakta ve haber değeri, bu haberleri kullanım oranı yükseldikçe de toplumda kültür sanata duyulan ilgi basın aracılığıyla yükseltilmektedir.

Ayrıca yine üçüncü bölümde, kültür sanat alanına giren müzik, sinema, edebiyat, tiyatro ve plastik sanatlar gibi konular bağlamında kültür sanat haberciliği incelenmeye çalışılmıştır. Bütün bu alanlardaki, haber kaynakları ve konuları, haber yazımında dikkat edilmesi gereken noktalar, habercinin taşıması gereken özellikler detaylı bir biçimde ele alınmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın son bölümü yapılan araştırmayı ve sonuçlarını içermektedir. Ana akım medya ve fikir gazeteleri temsilcilerinin gazetecilikte uzmanlaşmaya ve kültür sanat haberciliğine bakışı, yüz yüze derinlemesine mülakat yöntemiyle ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ana akım medyayı temsilen Sabah ve Hürriyet Gazeteleri değerlendirmeye alınmış, fikir gazetesi olarak Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri seçilmiştir. Sabah Gazetesi’nin içinde yer aldığı Ciner Grubu ve

faaliyet alanları, Hürriyet Gazetesi'ni bünyesinde barındıran Doğan Holding ve holdingin faaliyet gösterdiği diğer alanlarla, Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri hakkında genel bir bilgi verilmiştir. Bu dört gazetenin temsilcileri ve kültür sanat muhabirleri/editörleriyle yüz yüze derinlemesine mülakat yapılması planlanmış, ancak Sabah Gazetesi temsilcisinin görüşmeyi iptal etmesi nedeniyle mülakat gerçekleştirilememiştir. Hürriyet, Zaman ve Cumhuriyet Gazetesi temsilcileri ve kültür sanat servisi sorumluları/editörleriyle yüz yüze derinlemesine mülakat yapılırken; Sabah Gazetesi temsilcisi ve kültür sanat muhabiriyle elektronik posta ile iletişim kurulabilmiştir. Gazete temcilerinin uzman gazeteciliğe, kültür sanat servisi editörü ya da muhabirlerinin de kültür sanat haberciliğine bakış açıları sorulan sorular çerçevesinde değerlendirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

HABERE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, habere ilişkin kavramsal çerçeve çizilmeye çalışılarak öncelikle ‘haber’ tanımları yapılmıştır. Sonra toplum bilimcilerin, iletişimin ve iletişim araçlarının toplumdaki rolü ve etkilerine yönelik olarak yürüttükleri çalışmalar çerçevesinde geliştirdikleri ana akım ve eleştirel yaklaşım değerlendirilmeye çalışılmıştır. Eleştirel iletişim çalışmaları çerçevesinde, ekonomi politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar geleneği özel bir öneme sahiptir. Yine bu bölümde, bir olayın haber olabilmesi için gereken özellikler, haberi haber yapan unsurlar haber değeri kavramı içerisinde ele alınmış, haber yapım süreci, haber seçimi ve haber kaynakları incelenmiştir.

A. HABER KAVRAMI

20. yüzyılın ikinci yarısında insanoğlunun gerçekleştirdiği büyük teknolojik gelişme ve ortaya konulan yenilikler, özellikle fiber optik ve kablolu iletişim araçlarındaki gelişme, küresel düzeyde enformasyon artışına yol açmış; artan enformasyon nedeniyle daha büyük bir hızla dolaşan bilgi ise, toplumları hızla etkiler hale gelmiştir. Böyle bir ortamda haber, insanları, hem birleştirici bir rolle kamusal alana bağlamış, hem de daha küçük mozaiklere ayırmıştır. Oysa haber bu etkiyi, inandırıcı olma özelliğiyle sürdürebilir. Bundan dolayı duygularımızı okşamasa da nesnel gerçekliğe en yakın metinler olan haber metinleri, ancak bizim ve toplumun gerçekliğini yansıtabilir. Varsayılan nesnel gerçekler, genel ahlak prensiplerini ve özel hayatı rencide etmediği takdirde nesnel olabilir. Aksi halde toplumsal düzeni sarsacak boyutta gerçekleştirilemezler.

Böyle olmakla birlikte yaşanan değişimlere paralel olarak haberi inandırıcı kılan biçim ve değerler de değişmiştir artık. Haber metinleri, gerçekle özel bir

biçimde ilişkilenen metinler haline gelmiştir. Haberdeki gerçeklik olgusunun yerini eğlenceye ve magazine dayalı bilgiler almaya başlamıştır ve haber, özellikle televizyon haberleri giderek artan bir oranda eğlenceyle karıştırılır olmuştur.

Haberin kapitalist pazar iletişimde metalaşması sürecini anlayabilmek için, gazetecilerin günlük pratiklerine ve bu pratiklere yönelik profesyonel gazetecilik ideolojilerine bakmak yeterli değildir. Medyanın ekonomi politiği de, habere ilişkin tanımlamalarda belirleyici bir etkidir çünkü haber, hiyerarşik bir örgütlenme arz eden, ‘patron+ genel yayın yönetmeni+ çalışanlar’ formülü içinde, kar amaçlı kuruluşlarda üretilmektedir. Bu durum haberi etik açıdan yozlaştırmış, haber çıkar ve reyting hesapları gözetilerek sunulur hale gelmiştir.

1. HABER TANIMI

Haberin ne olduğuna ilişkin farklı görüşler vardır. Fakat yaygın ve hemen herkesin söyleyebileceği tanım:“Haber, gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da olaylar hakkındaki en son, en yeni ve ilgi çekici enformasyondur”(1).

Haber, insanların üzerinde konuştukları konular, toplumu yakından ilgilendiren her şeydir. Başka bir ifadeyle haber, bir olay, bir olgu üzerine edinilen, iletişim araçlarıyla bir hedef kitleye sunulan bilgidir. Henüz gerçekleşmiş (ya da ilk kez ortaya çıkartılan) bir olayın haber haline getirilirken olabildiğince nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde aktarılması gerekmektedir ki bu son derece zor bir iştir.

1) Çiler Dursun, Haber ve Habercilik/ Gazetecilik Üzerine Düşünmek, Gazetecilik ve Habercilik, der: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları:7, Habercinin El Kitabı Dizisi:4, İstanbul, 2003, ss.63

Stuart Hall, haber niteliği taşıyan olayların basit bir biçimde aktarılamadığına işaret ederek haberi şu şekilde tanımlamaktadır: “Haber, sosyal olarak yapılanmış kategorilere göre, olay ve konuların sistematik seçimi ve sınıflandırılmasıyla başlayan karmaşık bir sürecin son ürünüdür”(2).

Olayın doğrudan bilgisinden farklı olarak, haber kesintili bir bilgi türüdür. Yayımlanacağı yere göre 200, 400, belki 1000 sözcükle sınırlandırılmış, ideal olarak 5N 1 K- kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden- sorularına yanıt vererek yapılanmış bir bilgidir.

Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi’ ne göre haber, “gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmedir”(3).

Haberle ilgi tanımların büyük bir bölümü haber değeri kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Filiz Seçim’e göre haber, “haber ölçütlerine göre hazırlanmış, okur ya da izleyici için önemli olan, toplumun büyük kesiminin ilgi, çıkar ve yaşam alanı içinde var olan ve en kısa sürede verilen olaylardır”(4).

Haber kavramının, üretildiği toplumsal, siyasal ve ekonomik yapıyla arasında yakın bir ilişki bulunduğundan, üzerinde fikir birliğine varılabilecek bir haber tanımının yapılması oldukça güçtür. Toplumların sosyo- kültürel yapısı değiştikçe, bazı olaylar bir ülkede sıra dışı olarak kabul edilirken, diğer ülkelerde sıradan bir olay olarak görülebilmektedir.

Haluk Şahin de haberi tanımlamanın güçlüğüne değinerek, “Haberin tanımını vermek çok zordur. Hepimiz haberle haşır neşiriz ama hiç kimse ‘Şu haberdir!’ diye tek bir tanımda birleşememiş. Haber, gazetecinin haber olduğunu

2) Roger Fowler, Language In The News, Routledge, New York, 1991, ss.18

3) Özgür Basın, Yıl: 5, Sayı: 50- 51, İstanbul, 1993, ss.1

4) Filiz Seçim, Haber Kavramı ve ABD Basınında Dış Haberler, Kurgu, Sayı:12, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, 1993, ss. 207- 208

iddia ettiği şeydir. Haberin tanımını gazeteci yapar bir yerde. Haber, gazetecinin kafasının içindedir”(5) demektedir. Fiona Campbell ise, “gazetecilerin kendilerinde var olan ve haberi fark etmelerini sağlayan sezgilerini, bilgilerini ve kendilerine neyin haber olup olamayacağını söyleyen içgüdülerini kullanarak bir olaya yaklaştıklarını ve haberi inşa ettiklerini söylemektedir”(6). Yani haber, habere konu olan olayla ilgisi olmayan kişiler (gazeteciler) tarafından ortaya konulan bir üründür ki her iki tanım, haber üreticisini ve üretim sürecini ön plana çıkartmaktadır.

Oya Tokgöz “Haber, olayların normal akışındaki bir kesinti ve beklenenin kesintiye uğraması konusundaki bilgidir. Yine haber, yarının tarihidir ve acele kaleme alınmış edebiyattır”(7) biçiminde bir tanım getirmektedir. Buna göre haber, tarihsel bir belge ve dil sistemini de betimleyen tarihsel bir keşif olmaktadır.

Haber, okuyucu ve dinleyici için öncelikle yeni gerçeklerle (İngilizce’de haber için kullanılan ‘news’ ve Fransızca’da kullanılan ‘les nouvelles’ sözcükleriyle bu özellik daha da iyi vurgulanmaktadır) ilgili, doğru, anlaşılır, önemli ya da ilginç bilgilerdir. Haber, gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da olaylar hakkındaki en son, en yeni ve ilgi çekici enformasyondur. Haberi kısaca henüz olmuş, dikkate değer veya olağandışı bir olay olarak tanımlayabiliriz. Ancak bir olaya haber diyebilmemiz için yayınlanmış olması gerekmektedir. Dolayısıyla haber, daha önce bilmediğimiz, yeni, ilginç bir olayın medyada yayınlanmış halidir. Ancak her yeni olay habere dönüştürülemez. Her şeyden önce haber, doğru olmalıdır. Hepsinden önemlisi haber, üretildiği toplumun tüm değerlerini, düşüncelerini, buluşlarını ve

5) Haluk Şahin, İletişim, İ.Ü. İletişim Fakültesi Gazetesi, 20 Haziran 1997,ss. 7

6)Fiona Campbell, Journalistic Construction of News: Information Gathering, New Library World, Vol.98, No.2, ss.60-64

7) Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları:8, Ankara, 1987, ss.6

ve tasarımlarını içermeli, sosyal dokunun kollektif örüntülerini yansıtmalıdır. Eğitici yönü asla unutulmamalıdır.

Sonuç olarak haber, haber değeri taşıyan olayların gerçekliği teyit edilerek kurgulanmış halidir. Bizlere bir dünya sunulmakta ve bunun resmi gösterilmektedir. Yaşadığımız dünya ile ilgili algımız da bu yönde oluşmaktadır. Olayın sadece doğru olması haber olabilmeye yetmemektedir; içinde bazı haber değerlerini de barındırması gerekmektedir ki bu haber değeri kriterleri ayrı konu başlığı altında incelenecektir.

Tüm bunlar ışığında haberi, bugün, liberal ve kapitalist bir ekonomik sistemde; medya kuruluşlarının yayın politikaları ve öncelikleriyle sınırlandırılmış olan habercilerin, ele alacağı olaya kendi değer yargıları ve dünya görüşlerinin getirdiği çerçeveden bakarak yaptığı kurgu olarak tanımlamak mümkündür.

2. HABER KAVRAMINA YAKLAŞIMLAR VE KİTLE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI

Kitle iletişim araçları, toplumsal değişim süreci içerisinde toplumsal yapı içerisinde var olan ekonomik kurumlar, siyasal kurumlar, inanç ya da dinler, örf, adet ve gelenekler gibi diğer kurumlarla etkileşmekte ve değişmekte, hem onlar üzerinde etkilerde bulunarak, hem de onlardan etkilenerek faaliyetlerini sürdürmekte ve sürekli olarak araştırma konusu olmaktadır. “ MacBride’in adıyla anılan ‘Bir Çok Ses Tek Bir Dünya’ başlıklı raporda medyanın sekiz işlevinden bahsederek ilk sıraya ‘Haberciliği’ yerleştirerek şöyle tanımlamaktadır: Bireysel, toplumsal, ulusal ve uluslararası durumları akılcı bir biçimde kavramak ve gerekli olan haber, veri, olgu, mesaj, görüş ve yorumların toplanması, depolanması, işletilmesi ve dağıtılmasıdır. Medyanın diğer işlevleri ise, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirmedir”(8).

8) Bir Çok Ses Tek Bir Dünya, İstanbul, Unesco Türkiye Milli Komisyonu, 1993, ss.15

Gerek ana akım gelenek gerekse eleştirel gelenek içerisindeki düşünürler, kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerinde çeşitli etkilere sahip olduğu konusunda hemfikirdirler.

İletişim çalışmalarının tarihsel sürecini ortaya koymak gerekirse, bu tür çalışmaların ilk kez ABD’de yapıldığı, formüle edildiği ve yaygınlaştığı yönünde fikir birliği vardır. 19. yüzyıldan itibaren günlük gazeteler, 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren ise radyo ve sinemanın kurumsallaşmasıyla yani sektörel bazda endüstriyel bir üretimin ve kitlesel tüketimin hız kazanmasıyla birlikte, kitle iletişim araçlarının konumu ve işlevleri özellikle ABD’li akademisyenlerin ilgisini çekmiştir. “ABD’ deki iletişim çalışmaları ampirik nitelik kazanmadan önce, 1920’li ve 1930’lu yıllarda, siyaset bilimi alanında propaganda ve kamuoyu üzerine, toplumsal ruhbilim alanında propaganda ve ikna etme süreçleri ve toplumbilim alanını temel almaktaydı. Amerikan kaynaklı iletişim çalışmalarının dayandığı düşünsel zemin ise büyük ölçüde Amerikan pragmatizm felsefesinin izini taşımış, daha sonraları pragmatizm ve Chicago Okulu’nun çalışmaları tarafından tercih edilen iletişimin kültürel/tarihsel yorumundan uzaklaşmış, 1940’lardan sonra Parsons’un yapısal işlevselci kuramı ABD’de toplumbilime ve medya çalışmalarına egemen olmuştur”(9). Medya çalışmalarına egemen olan bu işlevselci yaklaşım doğrultusunda ampirik araştırmalar daha çok etki paradigmasına yönelmiş, bu tarihten sonra yapılan araştırmalarda üzerinde durulan temel sorun medyanın etkileri olmuştur.

İletişimin ve iletişim araçlarının toplumdaki rolü ve etkilerine ilişkin soruların yanıtlarına göre, toplumbilimciler çeşitli yaklaşımlarda bulunmaktadır. Her yaklaşımın kendi içinde alt bakış açıları olmakla birlikte, iletişim çalışmalarını genel olarak iki ayrı çerçeve içinde değerlendirmek mümkündür. Bunlardan birincisi ana akım diğeri ise eleştirel görüştür.

9) Ayşe İnal, Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996, ss.33

2. 1. ANA AKIM İLETİŞİM ÇALIŞMALARI

Ana akım iletişim çalışmalarında, iletişim araçları bütün toplumun yararı için ortak değerlerin sözcüsü olarak ele alınmaktadır. Bu görüşe göre iktidar belli bir grubun elinde değildir; rekabet halindeki değişik çıkar grupları arasında dağılmış vaziyettedir. Ana akım yaklaşımda iletişim kurumları bu farklı çıkar gruplarının seslerini tarafsız bir şekilde yansıtmaktadır. “Katz, Lazarsfeld ve Klapper gibi araştırmacılar özellikle iletişim araçlarının ikna edici rolü üzerinde durmuşlardır. İzleyici- okur- dinleyicinin ilgisinin tesadüfi olduğu; tutum ya da fikir yerine enformasyonun işin içinde olduğu; medya kaynağının prestijli, güvenilir yada beğenilir olduğu; gündemde olan sorunun alıcının tecrübe veya ilgisinden uzak olduğu; kişisel ilişkilerin mesajın yönüne karşıt olmadığı ana akım çalışmaların bazı temel sonuçlarıdır”(10). Ana akım iletişim çalışmalarında iletişim araçları toplumu kesin olarak düzenleyen mekanizmalar olarak ele alınmıştır. “Bu akımda pazar güçlerinin hareket serbestesine, tüketicinin seçme özgürlüğüne olan liberal inanç temel rol oynamaktadır. Kitle iletişim araştırmaları içerisinde temel okullardan biri olan ana akım iletişim çalışmaları, amprik özelliğini hep sürdürerek, medyayı izleyici üzerindeki etkileri bağlamında kavramsallaştırarak yani iletişimin başarısını etki temeline dayandırarak 1970’li yıllara kadar bu alanda etkin olmuştur”(11).

Dolayısıyla toplumsal bağlamdan yoksun iletişim analizi ise, amprik verilere, deneysel gözleme dayalı bir araştırma geleneği doğurmuştur. Yapılan amprik araştırmalarda ise medyanın izleyiciler üzerindeki etkileri konusuna odaklanılmış, önce medyanın güçlü etkileri olduğu ileri sürülmüş, daha sonraki yıllarda ise bunun yerine sınırlı etki nosyonu gündeme gelmiştir. Ana akım iletişim çalışmaları, bu anlamda davranışsal özellik sergilemektedir. “Medyanın

10) Korkmaz Alemdar- İrfan Erdoğan, Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları, MY Yayınları, Ankara, 1998, ss.201

11) Rıdvan Kanber, Medya ve Sağlık, Türk Sağlık- Sen Yayınları, No: 5, Ankara, 2003, ss.17

etkileri bu etkilere maruz kalan bireylerin davranışlarında ortaya çıktığına inanılan değişiklikler çerçevesinde saptanabilirdi. Ana akım yaklaşımı, metodolojik anlamda da davranışsaldı. Ana akım iletişim çalışmalarını tanımlayan ve davranışsallığını belirleyen iki temel özellikten daha söz edilebilir. Bunlar medyaya işlevsel yaklaşım ve etki paradigmasıdır”(12).

2. 2. MEDYAYA İŞLEVSEL YAKLAŞIM

Ana akım iletişim çalışmalarının temel nosyonlarından biri ‘işlev’ kavramıdır. Bu yaklaşım, medyanın toplumsal alandaki işlevleri çerçevesinde medyanın yeri ve rolünü tanımlamaktadır. Bu tanımlama çabası ise ana akım çalışmalarına ‘Kim, neyi, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle söylüyor?’ sorusuyla yön veren Laswell’in çalışmalarında kendisini göstermektedir. “Laswell’in I. Dünya savaşı’nda propaganda üzerine yaptığı çalışmalar, işlevci- davranışçı yaklaşımların temeli olmuştur. Laswell’e göre, medya mesajları bireylerin duyguları üzerinde bir kurşun etkisi yaparak onların istenen şekilde tepki vermelerini sağlar, düşünce ve eylemlerinde değişikliğe yol açmaktadır”(13).

“Laswell, iletişim sürecinin toplumda üç temel işlevi olduğunu söylemektedir: a) bir topluluğun ya da onu oluşturan tarafların değerler sistemini bozabilecek ya da etkileyebilecek her şeyi bildirme yoluyla çevrenin gözetimini yapmak; b) çevreye karşı bir yanıt geliştirmek için toplumu oluşturanlar arasındaki ilişkiyi sağlamak c) toplumsal mirası aktarmak. Paul E. Lazarsfeld ve Robert Metron bu üç işleve bir dördüncüsünü: d) eğlendirmeyi katmaktadırlar” (14)

12) Rıdvan Kanber, Medya ve Sağlık, Türk Sağlık- Sen Yayınları, No: 5, Ankara, 2003, ss. 18

13) a.g.e., ss.19

14) A.Mattelart – M. Mattelart, İletişim Kuramları Tarihi, çev: M. Zıllıoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul, 1988, ss. 3

Görüleceği üzere, yapılan araştırmalar medyanın işlevlerine yönelik bir sınıflandırma oluşturmaya yöneliktir. Yapılan sınıflandırmalarda bir bakıma medyanın etki alanları tanımlanmaktadır. Medyaya işlevsel yaklaşım çerçevesinde medyanın temel işlevlerini tanımlama çabaları, ABD’de ortaya çıkan ana akım geleneğinin temel eğilimlerinden bağımsız değildir. Bu anlamda, toplumbilimci Norbert Elias, işlev kavramının taşıdığı gizli değer yargısına dikkat çeker: “İşlev kavramı, kavrama ilişkin açıklamalarda ve kullanımında gizli bir değer yargısına dayanır. Bu değer yargısı, işlev kavramıyla istemedi de olsa bir bölümün etkinliklerinin var olan toplumsal sistemin korunmasına ve bütünleşmesine katkıda bulunarak, bütüne ‘yararlı’ olacağının anlaşılmasına dayanır. Toplumun merkezi değer sistemi çizgisinde işlev görmesinden ve bu değer sistemini güçlendirmesinden ötürü, medyanın genel olarak toplum açısından işlevsel olduğuna inanılır”(15). Bunların ışığında, medyanın asıl önemi, yerine getirdiği işlevlerle tanımlanabilmektedir. Bu düşünce, bizi ana akım medya araştırmalarının temel ilgi odağını oluşturan etki paradigmasına götürmektedir.

2. 3. MEDYA ÇALIŞMALARI VE ETKİ SORUNU

Ana akım iletişim çalışmaları, daha önce de belirtildiği gibi, temel değerlendirmelerini medyanın etkileri çerçevesinde yapmış ve varsayımlarını medyanın etki düzeyleri açısından kurmuştur. Tarihsel açıdan bakıldığında medya etkilerinin farklı dönemlerde farklı biçimlerde tanımlandığı dikkat çekmektedir. “1930’lu yılların sonuna kadar kitle iletişim araçlarının, güçlü etkilere sahip olduğu kabul edilmiştir. 1940’lı yıllardan, 1960’lı yılların başına dek uzanan ikinci bir dönemde medyanın sınırlı etkiye sahip olduğu savunulmuş, bundan sonraki dönemde ise, yeniden etkinin fazlalığı yönündeki görüşler ağırlık kazanmıştır”(16).

15) Stuart Hall, İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulananın Geri Dönüşü, Medya İktidar İdeoloji, der. ve çev. M.Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1994, ss. 85

16) Erkan Yüksel, Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Çizgi Yayınları, Konya, 2001, ss.11

Ana akım iletişim çalışmalarının kendisini ‘etki’ çerçevesinde sınırlandırması, Neumann’ın özetlediği şu temel kuramsal eğilime işaret etmektedir:

“Araştırmalarda medya içeriklerinin kısa dönem etkileri üzerinde durulmuştur; laboratuvar çalışmalarına yönelik deneysel yöntem benimsenmiştir; yazılı basının etkilerine öncelik verilmiştir; medyanın bireyin tutum ve davranışları üzerindeki etkilerine yoğunlaşılırken, toplumsal ortam dikkate alınmamıştır”(17).

Ana akım iletişim çalışmalarını en çok ilgilendiren etkiler ana hatlarıyla üç başlık altında toplanmaktadır. “İlkin, bazı etkiler kültürel olarak tanımlanmış, medya aracılığıyla kitle kültürünün yaygınlaşması yüksek kültürü yerinden etmiş, bozmuş ve önemsizleştirmiştir. Bazı etkiler siyasal nitelikteydi; medyanın yanlış çağrılar, propagandası ve etkisi karşısında kitleler güçsüzleştirilmiştir. Son olarak medyanın toplumsal etkileri sonucu topluluk bağları yok olmuş, aracı yüz yüze gruplar dağılmış ve kitleler, medya yoluyla seçkinlerin ticarileşmiş etkilerine açık kalmışlardır”(18). Ana akım medya çalışmaları, bu varsayımlarını oluştururken , sadece araçsal bir yaklaşımı tercih etmiştir. Bu şekilde, medya- birey arasında etki kavramına dayalı bir ilişki üzerinde durulmuş, medyanın ve bireyin içinde bulunduğu toplumsal ortam değerlendirme dışında tutulmuştur. Bu toplumsal süreç ise eleştirel iletişim kuramlarında ele alınmıştır.

3. ELEŞTİREL İLETİŞİM ÇALIŞMALARI

Yukarıda da belirtildiği gibi, 1970’li yıllarda medya araştırmaları alanında bir durgunluk dönemi yaşanmış ve bu durgunluğu aşma çabaları yeni bir araştırma geleneğini ortaya çıkarmıştır. Literatürde eleştirel gelenek olarak tabir

17) Ayşe İnal, Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul,1996, ss.34

18) Stuart Hall, İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü, Medya İktidar İdeoloji, der. ve çev. M.Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1994, ss.78

edilen yaklaşım, kitle iletişiminin karmaşık süreçleri ve çağdaş kitle iletişim araçlarının sistemin yeniden üretilmesindeki rolü üzerinde durmuş ve iletişimi toplumsal bağlamıyla birlikte değerlendirmiştir.

“Kitle iletişim çalışmaları bağlamında eleştirel araştırmalar deyimini ilk kez dile getiren Paul F. Lazarsfeld olmuştur. Lazarsfeld, bu nitelemeyi Amerikan iletişim çalışmalarındaki iletişim kurumlarının taleplerini ön plana alan ana akım geleneğinden farklı bir yaklaşımı, Frankfurt Okulu’nun çalışmalarını tanımlamak amacıyla kullanmıştır. Lazarsfeld’in tanımlamasında eleştirel iletişim yaklaşımı, Amerikan iletişim çalışmalarının kısmen göz ardı ettiği bir alanı doldurma işleviyle görevlendirilmiştir”(19). Frankfurt Okulu düşünürleri kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini bir şırınganın aşı şırıngalamasına benzetmişlerdir. Milyonlarca kişi kitle iletişim araçlarının şırıngaladığı mesajı her gün almaktadır. Bu yaklaşımda; “medyanın içeriği, sanki dinleyicinin- izleyicinin-okuyucunun damarlarına enjekte edilen bir ilaç gibi düşünülmekte ve alıcının önceden tahmin edilen şekilde tepki göstereceği varsayılmaktadır”(20). Bu varsayımın altında modern toplumu oluşturan bireylerin kendi kişisel menfaatlerine göre hareket ettikleri ve kitle iletişim araçlarının ise, kamunun ya da özel sektörün hedef ve istekleri doğrultusunda davranışları etkilediği düşünceleri bulunmaktadır. Frankfurt Okulu kuramcıları, kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve organizasyon yapılarına odaklanmamakla birlikte, çağdaş kapitalist toplumun kitleler üzerindeki manipülatif gücü üzerine önemli sonuçlara ulaşmıştır. Geliştirdikleri ‘kültür endüstrisi’ kavramıyla, kültürün metalaştırılmasını ve insanların edilgen izleyicilere dönüştürülerek eylem kapasitelerinin zayıflatılması kastedilmektedir ki dikkat çektikleri bu süreç ‘iletişim’ disiplinin çalışmalarına ışık tutmuştur.

19) Erol Mutlu, İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara, 1995, ss.110

20) D. Mc Quail, - S. Windahl, Kitle İletişim Modelleri, çev: Konca Yumlu, İmge Kitabevi, Ankara, 1997, ss.60-61

Eleştirel medya araştırmaları geleneği, Frankfurt Okulu temsilcilerinin çalışmalarıyla ortaya çıksa da, daha çok 1960'lı yılların sonlarında başlayıp 1970'li yıllarda yaygınlaşan ekonomi politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar geleneğini içermektedir. Bu görüşün temsilcileri iletişim çalışmalarında dikkati mülkiyetin ve üretimin örgütlenmesine çekerek Marx'ın yolundan giderler ve bunlara göre kültür üreticilerinin ve tüketicilerinin tercihleri söz konusudur; ancak bu tercihlerin daha geniş yapılar içinde ele alınması gerekir. Kuramsal çalışmaların odak noktasına 'iktidar' ı yerleştiren eleştirel yaklaşıma göre, tüm toplumsal ilişkiler ve iletişim ilişkilerinin altında iktidar ilişkileri yatmaktadır. Yapısalcı yorum üzerinden gidenler, medyanın anlamlandırma, temsil etme sistemleri ve temsil süreçlerinin anlaşılması ve iletiyi taşıyan metinler aracılığıyla bireylere sunulan üstü örtük düşünce kategorilerini belirlemeye yönelik çalışmalara önem vermişlerdir. Bu yaklaşımın en önemli temsilcisi Althusser'e göre ideolojik üst yapı, ekonomik alt yapının sıradan bir yansıması olarak ele alınıp değerlendirilemez. Tam tersine ideoloji, belli ölçüde ekonomiyi de etkileyen, gerçek toplumsal ilişkilerin çok önemli bir boyutunu oluşturur. "Althusser, bireylerin kendi başlarına bilinçli ve eylemleri kişisel inanç, niyet ve tercihleriyle açıklanabilecek özerk varlıklar olduğu anlayışını reddetmektedir. Ona göre; ideoloji bireyleri kültür ürünü nesnelere dönüştürmektedir. Okul, din, aile ve siyasal sistem gibi medyayı da devletin ideolojik aygıtlarından biri olarak görmekte ve bu ideolojik aygıtlar aracılığıyla bireylere toplumsal kimlikler giydirilmekte ve gerçeği de yine bu aygıtlar aracılığıyla kavramaktadırlar"(21). Genel olarak eleştirel gelenek, iletişimi toplumsal süreçlerden, iktidar ilişkileri ve yapılarından soyutlamadan ele almaktadır; dolayısıyla, medyaya bakarken sadece medya odaklı bir analiz yetersiz kalacaktır. Eleştirel gelenek, medyanın daha geniş toplumsal süreçlerle ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini

21) www.manas.kg/pdf/sbdpdf13/makaleler/23.pdf, Erişim: 27.06.2005, Nahide Öztürk, Azınlık Gruplarının Toplumsal Entegrasyon Sürecinde Azınlık Medyasının Rolü - Almanya'da Yaşayan Türk Toplumu ve Türkçe Gazeteler

söylemektedir. “Eleştirel araştırmaların amacı; iletişim sürecini birçok öge açısından(tarihsel, ekonomik, siyasal, teknolojik)incelemektir. Eleştirel araştırmacılar, izleyici tepkileri üzerinde nadiren dururlar. İzleyici tepkileri üzerinde nadiren dursalar bile bunu amprik anlamda yapmazlar. Eleştirel araştırmacılar yapısal ve içerik verileri üzerinde yoğunlaşır”(22). Anlaşılacağı üzere, eleştirel geleneğin açıklayıcı terimlerinin amprik araştırmalarla tanımlanmasına ihtiyaç vardır. Bu ihtiyaç, şu sözlerle dile getirilmektedir:

“Eleştirel paradigma hiçbir şekilde tamamen gelişmiş değildir. Ne de teorik olarak her açıdan güvenli bir yerde durmaktadır. Ama kuşku götürmeyecek nokta, çoktan başarmış olduğu derin teorik devrimdir. Eleştirel paradigma, geleneksel analiz çerçevesinin açıkça yıkıldığı ve ‘medya araştırması’nın huzurlu ve bereketli günlerinin çıkarcı amprik pozitivizmin tekleyerek, durmaktan başka şey yapamayacağı bir zamanda, medya çalışmalarında baz alınabilecek taze bir başlangıç noktası teşvik etmiştir”(23).

Eleştirel iletişim çalışmaları çerçevesinde en çok sözü edilen iki yaklaşım ise ekonomi- politik yaklaşım ve kültürel çalışmalar geleneğidir.

3. 1. EKONOMİ- POLİTİK YAKLAŞIM

Marksist eleştirinin, 20. yüzyılın son otuz beş yılı içerisinde sosyal bilimlerin diğer pek çok alanında olduğu gibi iletişim çalışmaları alanında yeniden keşfedildiği dikkat çekmektedir. “1960’ların sonlarında Baran ve Sweezey’in kapitalist üretim tarzının gelişim biçimlerini Marksist iddialarla gözden geçirmeleriyle birlikte, ekonomi politik yaklaşım bir yöntem olarak sosyal

22) Konca Yumlu, Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, Nam Basım, İzmir, 1994, ss.58

23) Stuart Hall, İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü, Medya İktidar İdeoloji, der.ve çev.M.Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1994, ss. 124

bilimlerde kullanılmaya başlamıştır”(24).

Ekonomi politik yaklaşım, ekonomik örgütlenme yapısını, toplumun siyasal ve kültürel yaşamı ile bir bütün olarak ve karşılıklı olarak birbirlerini etkilediklerini düşünerek ele almakta olup mülkiyetin ve kaynakların eşitsiz dağılımının iletişim alanındaki faaliyetleri nasıl etkilediği üzerinde durduğu bilinmektedir. Önceliği ekonomik örgütlenmeye veren bu yaklaşım ekonomik örgütlenmenin ve egemenlik ilişkilerinin ve bunların iletişimsel boyutlarının tarihsel süreçteki değişiminin izlenmesiyle ilgilenmektedir. İletişim araçları ve teknolojilerindeki gelişmelere önem vererek, ticari ve ticari olmayan iletişim kurumlarının davranışlarını incelemeye almaktadır. Kamu organlarının ve devletin iletişim alanına müdahalesini incelemeyi hedeflemektedir Bu yaklaşım, temel varsayımlarını, medya içeriklerinin kapitalist ekonominin dinamikleri içinde belirlendiği düşüncesi üzerine kurmaktadır.

Medya konusundaki ekonomi politik yaklaşım, toplumdaki iktidar sahipliğinin ve güç odaklarının oluşumunu sağlayan sosyo-ekonomik ve sosyo-politik yapının medya üzerindeki belirleyiciliğini inceler. Ancak daha derin sonuçlara ulaşabilmek için, içeriği oluşturan endüstriyel dinamiklerin ve oluşturulan medya içeriklerinin incelenmesi gerekmektedir. Zira toplum içerisinde yer alan çeşitli yapı ve kurumlar birbirleriyle karşılıklı bir ilişki ve etkileşim içerisinde ki medya yapıları da bunların en önemlilerinden biridir. Medya sistemleri, ülkelerin sosyal ve politik yapılarının birer göstergesi olmasının yanı sıra medya yapıları da sosyal politik ve kültürel yapılar tarafından belirlenir. Toplamların teknolojik, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel dönüşümünü anlayabilmek için sözü edilen çeşitli sosyal yapıların etkileşimi incelenmelidir. Hem politik hem de ekonomik birer varlık olarak medya, kamusal düşüncenin oluşum sürecini ve devlet politikalarını etkileyebildiği gibi statükoyu da

24) Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006, ss. 22

meşrulaştırma fonksiyonu görmektedir. Anlaşılacağı üzere kitle iletişim araçları, ideolojik, ekonomik ve politik olmak üzere pek çok amaç için kullanılmaktadır. Bu da tabii ki medyayı elinde bulunduran ve kontrol eden, yani bilginin üretimini ve dağıtımını elinde bulunduran güçlerle yakından ilgilidir. Çalışmanın kuramsal dayanağını oluşturan ekonomi politik yaklaşıma göre, ekonomik dinamikler tarafından belirlenen medya içerikleri, mülkiyet, medya sahipliği yapısı, ticari kar, tüketim süreci gibi etkenler tarafından kuşatılmış durumdadır. Medya, sahiplerinin ve denetleyenlerinin çıkarlarını meşrulaştıran, egemen söylemleri yeniden üreten bir ilişkisi içerisinde kavramlaştırılmaktadır.

Ekonomi politik genel olarak kaynakların dağılımıyla ilgilidir. Özel anlamda da kapitalizmi ele almaktadır.

“Bu yaklaşım kapitalizmi; bu sistemi oluşturan parçaların ve bütünün karşılıklı ilişkileri içinde ele alınmasını ve içsel çelişkilere dayalı olarak toplumsal değişimlerin nasıl gerçekleştirildiğinin incelenmesini gerektirir. Bu yöntem, her olgunun materyal köklerini araştırarak tarihsel bağlantılarını, hareketini ve gelişimini başından sonuna kadar inceler. Eleştirel ekonomi politik yöntem, bir bütün olarak üretim ve yeniden üretim sürecini açıklamayı amaçlar. Bu, sadece üretim, değişim ve tüketimi değil, sistemin kendini yeniden üretebilmesi için gerekli olan olası bilinç biçimlerinin üretilmesini de içerir. Bu anlayışa göre, tarihin belirleyici unsuru gerçek hayatın üretimi ve yeniden üretimidir. İletişimi mevcut toplumsal bağlamında analiz etmek için, bir üretim ve yeniden üretim süreci olan kapitalizmin evriminin ve bu sistem içinde iletişimin rolünün anlaşılması gerekir. Enformasyon/iletişim/kültür endüstrileriyle diğer endüstriler arasındaki ilişkilerin ulusal ve uluslararası siyasi formasyon, mevcut güç ve iktidar yapıları içerisinde ilişkilendirilerek analiz edilmesi gerekir”(25). Ekonomi

25) Janet Wasko, What's So 'New' About the 'New' Technologies in Hollywood? An Example of the Study of Political Economy of Communications: Rethinking Communications: Volume 2 Paradigm Exemplars (içinde) Editors: Brenda Dervin, Lawrence Grossberg, Barbara J. O'Keefe ve Elen Wartella. Newbury Park, London ve New Delhi: Sage Publications, 1989, ss.477

politik yaklaşımın iletişim araçlarına ekonomik terimlerle yaklaşmış olması kuramsal açıdan bir aşama olarak nitelendirilmelidir.

Garnham'ın dikkat çektiği gibi, “kültürün yapısı, kültürel üretim ve bu üretim içinde kitle iletişim araçlarının yerinin anlaşılması, ekonomi- politik yaklaşımın bazı sorularının sorulmasına bağlıdır. Bu sorular, çok geniş çerçevede kültürel ekonomik iktidar ilişkilerini iletişim ilişkileriyle bir arada değerlendirmeyi gerektirmektedir. Ekonomi politik yaklaşımın farklılığı, bu konuları medya mülkiyeti, reklamcılık gibi ekonomik dinamiklerle ilişkilendirmesidir”(26). Murdock ve Golding, 1970'li yıllardan itibaren iletişim ve medyanın ekonomi politiğini temel araştırma alanı olarak benimsemiş ve günümüze kadar gelen öncü çalışmaları gerçekleştirmişlerdir. Murdock ve Golding bu yaklaşımın ayırt edici özelliklerini ve temel ilgi alanlarını göstermek için üç çözümleme alanından söz etmektedirler:

“Birincisi kültürel malların üretimiyle ilişkilidir, ki ekonomi politik kültürel üretimin kültürel üretim silsilesi üzerinde sınırlandırıcı(ama bütünüyle belirleyici olmayan) bir etki yaptığı varsayımına özel önem atfetmektedir. İkinci olarak, medya ürünlerindeki mevcut temsillerin, onların üretimi ve tüketimindeki maddi gerçeklerle bağlantılı ilişkilendirilme biçimlerini göstermek için metinlerin ekonomi politiğinin incelenmesi gerekmektedir. Son olarak, ekonomi politiğin özel olarak ilgilendiği maddi ve kültürel eşitsizlik arasındaki ilişkiyi göstermek için kültürel tüketimin ekonomi politiğini değerlendirmek gerekmektedir”(27). Bu üç çözümleme alanına baktığımızda, medya içeriklerinin, iletişim sürecinin, kültürel üretimin ekonomik kriterlerce belirlendiği ve ekonomik bağlamıyla birlikte değerlendirildiğini görmekteyiz. Kültürel üretimin anlamlı bir çözümlemesinin yapılabilmesi için, yalnızca kontrolün sınıfsal temeli değil bu kontrolün işlediği genel ekonomik koşullar da araştırılmalıdır. Bunlardan

26) Doğan Tılıç, Utanıyorum Ama Gazeteciyim, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998, ss.48

27) G. Murdock- P. Golding, Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik, Medya Kültür Siyaset, der. S. İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1997, ss. 54-55

hareketle, birçok ekonomi politikçi medya sahipliği konumuna dikkat çekerek, medyadaki sermaye hareketlerine ilgi göstermiştir. Çünkü medya öncelikle karı hedeflemektedir, bunun için de okuyucu/ izleyici sayısını arttırmaktadır. Bu anlamda kamu yararını değil, medya sahiplerinin çıkarlarına hizmet eden uygulamalar gerçekleştirmektedirler.

“Murdock ve Golding, kültürün eleştirel ekonomi politiği için ise 4 tarihsel sürecin incelenmesi gerektiğini ileri sürmektedir:1)Medyanın gelişmesi, 2) Şirket menziline genişlemesi, 3) Metalaştırma, 4) Devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolü”(28). Medyanın gelişmesinden, kültürün endüstrileşme süreci kast edilmektedir. Şirket menziline genişlemesi süreciyle de, iletişim endüstrisinin farklı iletişim alanlarındaki son 20 yıldır yaşanan hızlı yoğunlaşmayla farklı sektörleri de bünyelerine katarak genişlemeleri anlatılmaktadır. Garnham’ın da ifade ettiği gibi; “Kültür, yatay ve dikey olarak birleşen endüstriyel organizasyonlarla her geçen gün daha da metalaşmakta ve artık değer yaratıcısı olarak doğrudan bir ekonomik role sahip olabilmektedir. Ayrıca, reklam yoluyla üretimin yaratılmasında dolaylı bir rol üstlenmektedir”(29). 1980’li yıllarda devletin küçültülmesi ile başlayan neo-liberalizm sürecinde, 1990’lı ve 2000’li yıllarda devletin enerji, telekomünikasyon gibi pek çok stratejik alandan çekilmesiyle, özellikle TV yayıncılığı özel sektöre de açılmıştır.

1980’lere kadar üretim sürecinin pek çok aşamasında uzmanlık sahibi olan elemanların ve de düşük düzeyde makineleşmenin söz konusu olduğu, geleneksel medya yapısının asıl amacı haber ve bilgi aktarımıyken, 1980 sonrasında ise, medya sektörü dışındaki büyük sermaye gruplarının medyaya egemen olmasıyla muhabirin ve çalışanların baskı altında tutulduğu, dev bir

28) G. Murdock- P. Golding, Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik, Medya Kültür Siyaset, der. S. İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1997, ss. 54-55

29) Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006, ss. 30

sanayi kompleksi olarak şirket stratejilerini ön plana koyan ‘yeni medya sahipliği’ ortaya çıkmıştır.

Yeni medya sahipliği adı altında, şirket evlilikleri, satın almalar, yatay ve dikey birleşmeler yaşanırken, çalışanların pozisyonlarında da farklılaşmalar görülmüştür. “Özellikle Türkiye’de, geleneksel medya sahipliğinin yerini medya dışı sektörlerden gelen işadamlarının hakim konuma yükseldiği yeni sahiplik yapısı çerçevesinde; 1) şirketlerin hukuki sahipleri, 2) ücretli çalışanlar ve 3) medyanın organizasyonunda önemli bir rol üstlenen profesyonel yöneticiler arasındaki ilişkiler farklılaşmıştır”(30).

Günümüzde yapılan çalışmalarda ise sınıf kavramı eskisi kadar öne çıkarılmamakta sınıfsal egemenlik yerine, toplumsal kimlikler arasındaki söylemsel egemenlik mücadelesi üzerinde durulmaktadır. Her tür toplumsal iktidar ilişkisinin söylemsel düzeyde oluşturulabileceğinin anlaşılmasıyla birlikte, yeni bir yaklaşım olarak kültürel çalışmalar akademik alana damgasını vurmuştur.

3. 2. KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR

Eleştirel yaklaşımlar içerisinde önemli bir yer tutan kültürel çalışmalar geleneği, iletişim konusunu daha geniş bağlamda, siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel süreçlerle ilişkilendirerek, iletişimin yalnızca tarihsel koşullar içerisinde anlaşılabileceği ve değerlendirilebileceği görüşünü ortaya koymuştur.

Stuart Hall’un yönetiminde çalışmalarına başlayan Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi, “Dikkatleri dil dahil, her aracın yapılaştırmacı-kurgulayıcı potansiyeline çekmektedir. McLuhan 1960’ların sonlarında ‘Araç mesajın kendisidir’ derken, İngiliz kültürçüler işaretler sistemini kitle iletişim araçlarının taşıdığı anlamların izleyicilere ulaşması üzerinden irdelediler. Kültürcü yaklaşım,

30) Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006, ss. 32

izleyicileri pasif ve birbirinin aynı sayan anlayışı yıkarak, onun yerine farklı siyasal ve sosyal yönelimlere sahip izleyicilerin, mesajları deşifre ediş biçimlerinin farklılığını öne çıkartmıştır”(31). Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültür Çalışmaları Merkezi, 1970’li yılların başından itibaren medya konusunda çok kapsamlı çalışmalara imza atmıştır. Kültürel çalışmaların ilgilendiği temel husus, bir toplumda konsensusu oluşturmaya katkıda bulunacak olan medyanın ideolojik etkisiydi. Başka deyişle, kültürel çalışmalar iletişim sürecini ana akım iletişim çalışmalarından farklı olarak çizgisel bir etki modeli olarak değerlendirmeyip “etkisi dolaylı ve hatta zor anlaşılır geniş toplumsal ve politik güçlerin bir ifadesi”(32) olarak değerlendirmiştir.

Medya metnlerinin daha çok üretim süreci ile ilişkili olarak düşünüldüğü ve bu metinlerin okuyucusu olan kişi ve grupların ise önemli bir araştırma konusu olmadıkları görülmektedir. Kültürel çalışmalar, iletişim sürecinde alımlama analizleriyle medya metnlerinin anlamlandırılması konusunu da gündeme getirmiş ve anlamlandırmanın tek taraflı bir dayatma olmayacağını, farklı okuma biçimleriyle metinlerin çok anlamlı olduğunu savunmuştur.

Kültürel çalışmalar yaklaşımı, özgün bir medya analizinin yapılabilmesi için her tür toplumsal iktidar ilişkisine duyarlı bir yöntemin benimsenmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır.

Ayrıca, kültürel çalışmalar geleneği, eleştirel yaklaşım içerisinde sıkça vurgulanan iletişimin disiplinler arası özelliğini de ortaya koyduğu çalışmalarla göstermiştir. Bu yönüyle, kültürel çalışmalar “farklı kuramlardan gelen kavramların oluşturduğu renkli bir mozaik”(33) oluşturmaktadır.

31) Doğan Tılıç, Utanıyorum Ama Gazeteciyim, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 45

32) a.g.e., ss. 44

33) Ayşe İnal, Haberi Okumak, Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996, ss. 43

“Kitle iletişim araştırmaları arasında kültürel çalışmalar geleneği bir yandan ana akım geleneğinin davranışsalcı niteliğini aşarak bu geleneğin dışarıda bıraktığı güç/iktidar, çatışma, değişim, kültürel pratikler ve medya arasındaki ilişkilere değinirken, diğer yandan da, basit altyapı/üstyapı bağlantısını reddederek, toplum ve medya arasındaki ilişkileri daha geniş bir kültürel bağlama yerleştirmektedir. Bu yaklaşım iletişimi tarihsel sürecinden kopmayan bir yaklaşım olarak değerlendirirken öte yandan, medyayı, etkileri dolaylı ve zor anlaşılır geniş toplumsal/siyasal güçlerin bir ifadesi olarak görerek onun yapılaştırıcı- kurgulayıcı potansiyeline odaklanır”(34).

4. ANA AKIM VE ELEşTİREL İLETİşİM ÇALIşMALARI ÇERÇEVESİNDE “HABER”

Bir ülkenin cumhurbaşkanından ev hanımına, bürokratından öğrencisine kadar nüfusunun tamamı, şu veya bu şekilde medya ile muhatap olmaktadır. Politikacı, akademisyen hem haber kaynağı sıfatıyla bilgi ve görüşlerini medya aracılığıyla kamuoyuna iletmekte, hem edilgen bir biçimde medyanın yoğun mesaj bombardımanına tutulmaktadır.

Anlaşılacağı üzere, günümüz toplumlarında, insanların dış dünyadaki olay ve olguları algılama, kavrama ve değerlendirmeleri sürecine, genelde kitle iletişim araçları kaynaklık etmektedir ki bu dolaylı yoldan olmaktadır. Bir de gerçeğin, doğrudan insan tarafından gözlemlenmesi yani insanın birincil deneyimleri vardır. Ancak, dış gerçeğin kişisel deneyimlerle algılanmasından her geçen gün uzaklaşılmaktadır. Dolayısıyla kendi başımıza edindiğimiz bilgilerin oranı her geçen gün azalmaktadır. Hatta bizzat tanıklık ettiğimiz olaylar bile, kitle iletişim araçları tarafından doğrulandıktan sonra zihnimizde pekişmektedir. “Günümüzde kitle iletişim araçları sadece bilgi ve haber iletmemekte, dolaysız bilgi denilen

34) Doğan Tılıç, Utanıyorum Ama Gazeteciyim, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 45

yaşantı deneyimlerimize de yön vermektedirler”(35). Nesnel gerçeğin algılanmasında kitle iletişim araçları adeta bir süzgeç işlevi görmektedirler dolayısıyla; üzerinde durulması gereken kitle iletişim araçlarının gerçeğin yansıtılması veya kurulması süreçlerindeki rolüdür. Bu noktada, çoğu zaman gerçeklik ile hakikat sözcüklerinin birbiriyle karıştırıldığına, ‘nesnel gerçeklik’ ve ‘hakiki gerçeklik’ gibi tanımların devreye girdiğine işaret etmek gerekmektedir ki bu bağlamda, “Gerçeklik, her düzeyde değişken ve geçicidir. Gerçeklik duyular yoluyla algılanır. Hakikat ise mutlak ya da ezeli ve ebedidir. Hakikati değil inşa etmek sınırlarına bile yaklaşamayız. Hakikati ancak dil vasıtasıyla anlarız ve aktarıyoruz. Söz yalnızca hakikatle, imaj ise gerçeklikle ilişkilidir”(36). Gerçeklik ile hakikat arasındaki ayrımı ortaya koyduktan sonra, medya ve gerçeklik arasındaki ilişkilere odaklanan araştırmaların, iki farklı kuramsal ve yöntemsel paradigma ekseninde yapıldığını söylemeliyiz. Eleştirel paradigmaya dayalı kurmacı yaklaşım, kitle iletişim araçlarının gerçeği, gerçekliği inşa ettiği ve yeniden ürettiğini öne sürmekte ve yanlışlıktan bahsetmektedirler. Yanlışlıktan kast edilen, bilgi toplama, seçme, işleme ve sunma süreçlerinde gazetecilerin öznel değer ve tutumları ile ideolojik eğilimlerinin ve medya kuruluşlarının genel yayın politikalarının devreye girmesidir. Liberal-çoğulcu paradigmaya dayalı yansıtma yaklaşımı, kitle iletişim araçlarının gerçekliği nesnel, dengeli, adil ve hakkaniyet çerçevesinde yansıttığını varsaymaktadır. Bu tezi de, gazetecilerin bilgi toplama, seçme, işleme ve sunma süreçlerinde doğru, yansız, dengeli ve adil davranmalarını sağlayan profesyonel gazetecilik kodlarına gönderme yapan nesnel olabilme yeteneğine ve egemen haber değeri ölçütlerine dayandırmaktadırlar. Çünkü, meslek kuralları ve haber değeri ölçütleri sayesinde, medya içeriklerinde bozulma ve çarpıtmanın olmayacağını söylemektedirler. Haberin özgür bir enformasyon akışı içinde nesnel olarak üretilebileceği iddiasına dayanana liberal çoğulcu paradigma

35) Murat Sadullah Çebi, Kitle İletişim Araçlarının Gerçeğin Yansıtılması ya da Kurulması Sürecindeki Rolü, İletişim, No: 17, 2003, ss. 112

36) Jacques Ellul, Sözü Düşüşü, çev. Hüsamettin Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1988, ss. 58-60

“İletişim ve haber olgusunu özgür, serbest haber akışı olarak”(37) değerlendirmektedir.

‘Kitle iletişim araçlarında gerçekliğin yansıtılması veya kurulması’ sorununa odaklanan araştırmalar sonucunda, dış dünyada var olan gerçeklik ile medyatik gerçeklik arasında önemli farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu araştırmalar, kitle iletişim araçlarının, gerçekliğin tamamını ya da bir kısmını olduğu gibi, doğru bir şekilde yansıtmadığını, aksine, gerçekliği kurup hatta yeniden üretip medya gerçekliğine dönüştürerek alıcılara sunduğunu ortaya koymaktadır. Medyanın inşa ettiği bu sanal gerçeklik aynı zamanda hiper gerçeklik olarak nitelendirilmektedir ve mevcut dış gerçeklikten daha gerçekmiş gibi algılanmaktadır. Örneğin, “Sunulacak haberin seçiminden kurgulanmasına kadar geçen tüm aşamalarda haber konusu, yola çıktığı gerçeklikten biraz daha uzaklaştırılmakta ya da örtüşme noktaları giderek azalmaktadır”(38). Hakiki gerçek ile medyatik gerçeğin çok kısa süre içerisinde birbirinden net bir şekilde ayrılması nedeniyle, özellikle liberal ve solcu akademisyenler, medyayı mercek altına yatırarak, ‘Medya hangi haberi, nasıl ve neden böyle veriyor? Belki daha da önemlisi ‘Hangi haberi neden vermiyor?’ ‘Verilen haber ile gerçek arasındaki çelişkinin belki de zıtlığın nedenleri nedir?’ gibi sorular sormuşlardır. Bu soruların temelindeki ana soru ise medyanın bağımsız olup olmadığıdır.

Noam Chomsky ise, Z Magazin’de yayınlanan ‘Egemen Medya Neden Egemendir?’ başlıklı makalesinde ABD örneğinden yola çıkarak, Medya – Üniversite- Özel Sektör- Washington dörtlemesinin organik bağlarını gözler önüne sermektedir. “Associated Press (AP) gibi dünya çapında etkin bir haber ajansının zaman zaman genel servis hattına ‘Tüm Editörlerin Dikkatine: Yarınki

37) Sıdika Yılmaz, Televizyon Haberciliğine Türkiye Örneği: TRT-STAR- 1 Haber Yayıncılığının Karşılaştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kitle İletişim Anabilim Dalı, İzmir, 1993, ss.9

38) Graemer Burton, Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş, çev. Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayınları, 1995, ss.38

New York Times'in birinci sayfasında yer alacak haberlerin özetini geçiyoruz' uyarısını yayınladığını hatırlatan Chomsky, böylelikle dünya çapında gündem belirleme çabalarının sürdüğünü söylüyor. New York Times, Associated Press ya da CBS gibi büyük egemen medya organlarının aslında Westinghouse ya da General Electric gibi dev sanayi ve ticaret holdinglerince siyasi ve mali olarak denetlendiğini yazan Chomsky, bu mülkiyet ilişkisi sayesinde, egemen medyanın, egemen düzeni sürdürmek amacıyla yayın yaptığını saptayarak, varsılların, medya aracılığıyla, kamuoyunu reklam verenlere pazarlayan bir araç olduğuna işaret etmektedir. Chomsky, başta Amerikan eğitim sistemi olmak üzere tüm yüksek öğrenim kurumlarını da, mevcut sistem ve düzenle ilişkileri bağlamında sorgulamaktadır. Chomsky' e göre, somut olarak, Asya ya da Afrika ülkesinde meydana gelen bir olay konusunda Amerikalı bir gazeteci, konunun uzmanı bir akademisyene, bir uzmana başvurmak durumunda. Söz konusu akademik kurum da genel olarak yine büyük kapitalist kuruluşlar tarafından ya doğrudan ya da dolaylı olarak destekleniyor. Amerikan üniversitelerinin mütevelli heyetlerinde Ford, Coca Cola gibi devlerin Yönetim Kurulu üyeleri yer alıyor. Dolayısıyla üniversiteler de, kamu çıkarını savunan bilim kurumları olmaktansa, sponsorların ideoloji ve politikalarını 'bilimsel' kılıklarda savunan propaganda yuvaları haline geliyor"(39).

Haberler aracılığıyla insanların düşünceleri, neyin önemli olduğu hakkında yönlendirilmektedir. Yayınlandığı aracın kendine has özellikleri nedeniyle ya da dış etkenler sonucunda haber metninin içerisinde bozulmalar meydana gelebilmektedir. Haber metinlerinin nesnel bir dil kullanılarak kaleme alınması, ele aldığı gerçekliği tüm boyutlarıyla ortaya koyması, kaynakların görüşlerini ayırım yapmaksızın olduğu gibi sunması beklenmektedir ki bunlara uyulmadığında bozulmalar olmaktadır. Büyük ölçüde evrenselliğine inanılan ve sık sık göndermeler yapılan 'haberde nesnellik' ten kasıt, yukarıda da belirtildiği

39) <http://radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/1999/08/08/yasam/med.html>, Aktaran: Ragıp Duran, Medya Bağımsızlığı

gibi, habercinin kişisel değerlerini olabildiğince habere karıştırmaması, yorumdan uzak durmasıdır. Haber metinlerinin nesnel ölçütler gözetilerek oluşturulması gerektiği görüşü, uygulamada yeterince karşılık bulamayan, idealize edilmiş bir yaklaşım olarak durmaktadır.

‘Eleştirel yaklaşımlar’ çerçevesinde, haberin gerçeği olduğu gibi yansıttığına şüphe ile yaklaşılmaktadır. Eleştirel yaklaşımlar, başlangıçta, medya kapitalist bir toplumda faaliyetlerini yürüttüğü ve belirli sınıfsal çıkarları yansıttığı için, ‘nesnel ve tarafsız haberciliğin de olamayacağını’ iddia etmekteydi. Ayrıca, ‘gerçeğin’ yapısından dolayı bir haber metninin ve onu kaleme alan habercinin gerçeği tam anlamıyla ortaya koyması mümkün değildir. Kaleme alınan bir haber ve çekilen fotoğrafla, o habere konu olan olay arasında fark vardır. Haberci, neden sonuç ilişkisi içerisinde, gerçeğin bazı öğelerini yakalayıp, kavrayarak, bazı öğeleri alıp bazılarını dışarıda bırakarak yani bir seçme sürecinden geçerek haberini yazmaktadır. Sadece bu farktan dolayı, ‘gerçekliğin yansıtılması veya çarpıtılması’ olarak ifade edilen her şeye, eleştirel bakmak gerekir. Gazeteci haberini kurarken, yapılandırırken bazı sınırlamalar içerisindedir. Çalıştıkları kurumun politikalarına ve önceliklerine yönelik iş yapmak zorundadırlar üstelik mesleklerini kapitalist bir ekonomik sistemde sürdürmektedirler. Ayrıca haberci habere konu olacak olaya kendi değer yargıları ve dünya görüşünün getirdiği çerçeve içinden bakmaktadır. Haberci sorgulamadan, alışmış olduğu şekliyle haberini kaleme almaktadır. Haber metinlerinin alıcılarının, yaşından eğitim durumuna kadar pek çok değişken de gerçekliğin algılanma biçimini belirlemektedir.

Habere konu olan olaylar her şeyden önce, belirlenmek istenen gündeme göre hazırlanmakta ve sıralanmaktadır. Sunulacak haberin seçiminden kurgulanmasına kadar geçen tüm aşamalarda haber konusu, ilk halinden uzaklaş(tırıl)makta ya da örtüşme noktaları giderek azalmaktadır. “ ...Haber ne bir iletişim ne de bir anlam biçimidir. Laboratuvarlarda yapılan atom bombası deneyleri gibi hiç durmadan input(girdi)- output(çıktı)larla dolup, boşalan ve

zincirleme bir tepkimeye uğrayan sürekli bir emülsiyon biçimidir. ‘Toplumsal’ın oluşturulabilmesi için kitlenin enerjisi emilerek alınır”(40). Eleştirel bakış içerisinde haber kavramı, doğrudan doğruya yapılandırılan bir ürün olarak ele alınmaktadır; dolayısıyla haber manüpülatif bir şeydir.

Haber metninin içeriğinde ya da sunumunda meydana gelen bozulmanın altında egemen ideoloji ve başat kültürel yapının yattığı ortadadır. Liberal yaklaşımın gerçekliğin haber tarafından yakalandığı iddiası haberciyeye sorumluluk yüklemekte, dolayısıyla gerçeği yansıtmaya çalışan habercinin ‘haber içeriğinde bozulmalara yol açması gibi bir tehlike’ söz konusu olmamaktadır. Anlaşılacağı üzere liberal yaklaşım açısından haber, gerçeğin kendisidir ve haberci bu gerçekliği okura/izleyiciye aktarmakla sorumlu olan kişidir. Haber, görünür biçimiyle dediğinden fazlasını demekte, anlattığından fazlasını anlatmaktadır ki ekonomi politik açıdan söz konusu haber söyleminin kodlanmasında sermaye belirleyici durumdadır. Egemenlik ilişkileri içerisinde yer alan kitle iletişim araçları ve piyasa koşulları altında üretilen haber, var olan ideolojik düzenin belirleyiciliğinde toplumsal iktidarın pekiştirilmesi açısından önemli bir araç işlevi üstlenmektedir.

Haber içeriğinde ya da sunumunda meydana gelen bozulmalar içerisinde en önemlilerinden biri, haber içeriğinin magazinelleşmesidir ki İngiltere’de, bilginin eğlencelik bir içerik taşıması ya da bilginin magazinelleşmesi ‘infotainment’ anlamında kullanımına ve bilimsel araştırma konusu yapılmasına son zamanlarda sıkça rastlanmaktadır. Son yıllarda, türü ne olursa olsun haberin magazinel bir içeriğe bürünmesi sorgulanmaktadır ki bu süreç, liberal ekonomik politikalar aracılığıyla güçlenen sermaye gruplarının toplumsal ve siyasal

40) Jean Baudrillard, Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu, çev. Oğuz Adanır, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1991, ss.22

düzlemde varlığını sürdürmek amacıyla kitle iletişim araçlarının sahipliğine soyunmasının ardından çok daha somut bir biçimde yaşanmaya başlamıştır. Haber magazinelleşen içeriğiyle yeni bir işlev üstlenmiştir. Bu işlev, popüler kültürle paralellik göstermektedir. Haberin magazinelleşmesi denildiğinde, yalnızca haber bültenlerinde magazineli içerikli iletilere ağırlıklı olarak yer verilmesinden ziyade haber içeriğinin magazinelleşmesi kast edilmektedir. Haber içeriği kendi gerçekliğinden saptırılarak, olay örgüsü içinde ikinci öneme sahip olan popüler ve magazineli öğeleri bilinçli/ bilinçsiz öne çıkarılmaktadır.

Özellikle Türk toplumu için pek çok siyasi, ekonomik ve toplumsal dönüşümün tarihi olarak bilinen 1980 yılı bir dönüm noktasıdır. O güne dek yaşanan burjuva- bürokrasi çatışması sona ermiş, uygulamaya konulan liberal ekonomi politikaları ile özel girişimin önü açılmış, giderek devleşen sermaye sahipleri kitle iletişim araçlarının kendine özgü etik değerlerini çoğu zaman ihlal ederek de olsa kendi egemen anlayışını bu alanda başat kılmayı başarmıştır.

Haberi ekonomi politik açıdan ele alan ve kavramı politik yapı içerisindeki endüstriyel ilişkilerle açıklayan çalışmalara göre haber, bir ‘meta’ olarak değerlendirilmektedir. Medya- devlet- sermaye ilişkisinin medya pratikleri üzerindeki belirleyici rolü üzerine vurgu yapan ekonomi politik yaklaşım, okuru değil, iletinin hazırlanma sürecini ve bu sürece etki eden faktörleri merkeze almaktadır. Okur/ izleyici merkezli bir yaklaşımla yapılandırılan kitle iletişim araçları toplumun genelince paylaşılan popüler değerleri öne çıkartmakta ve kar maksimizasyonunu hedeflemektedir. “Haber, bir endüstri tarafından üretilir; bu endüstrinin ekonomik ve bürokratik yapısı ile medyanın diğer endüstrilerle arasındaki ilişki tarafından biçimlendirilir. Bu ilişkilerin en önemlisi ise haber endüstrisinin hükümetle ve diğer politik örgütlerle arasındaki ilişkidir. Haber, tarihsel bağlamda dönemin üstün gelen değerlerini biçimlendirir ve yansıtır”(41).

41) Roger Fowler, Language In The News, Londra, Routledge, 1991, ss.222

5. HABER DEĞERİ

Bir olayın haber olması için gereken bazı temel öğeler, haber değeri olarak açıklanmakta olup bunlar haberciliğin dayandığı temel ilkelerin neler olduğuna işaret etmektedir. Haber değeri, iletişim çalışmalarında üstünde en çok durulan olgulardan biridir; toplumsal yapılara ve kitle iletişim araçlarının yayın politikalarına göre değişmektedir.

Haber değeri, “haber öykülerinin seçiminde, kurulmasında ve sunumunda kullanılan profesyonel kodlar olarak tanımlanmakta ve profesyonel kodların endüstrileşmiş haber şirketlerinin üretim gereksinimlerinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı belirtilmektedir”(42).

Gerçeğin aktarılması gazeteciliğin asli işlevlerinden biridir ancak bu iş piyasa koşullarında yapılmaktadır. “İkincil bir hikayenin haber değeri, pek ender olarak onun gerçeklik değerinin bir işlevidir. Haber değeri daha çok, hikayenin hedeflediği öngörülen piyasaya yönelik bir işlevdir”(43). Piyasa koşulları, bir haberde nelerin anlatılıp aktarılacağını sistematik olarak belirlemektedir.

Gazeteciler neyin haber olduğu tartışıldığında genellikle net bir biçimde, teker teker sayılamazlar da, özünde aynı şeyleri söylemektedirler. Zaten tüm gazetecilerin buna sahip olması beklenmektedir ancak; çok azı bunu tespit edip tanımlayabilmektedir.

“Liberal görüş, haber değerini ‘bir olay/olgunun kamu yararı açısından öneminin belirlenmesi’ olarak açıklarken ağır basan yanında kamunun yer

42) Erol Mutlu, İletişim Sözlüğü, Ark Yayınları, Ankara, 1994, ss.85

43) John O’Neill, Piyasada Gazetecilik Yapmak, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, der: A. Belsey- R. Chadwick, çev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 42

aldığını söylemektedir. Eleştirel görüş ise, haber değerinin belirleyicisinin haber medyasının seçkinleri olduğunu belirtmektedir. Bu görüşe göre, neyin kamunun bilgisine sunulmasının yararlı ve doğru olduğuna karar verilirken egemen güç/ iktidar çıkarları ve medyanın önceliklerinin etkin olduğu vurgulanmaktadır”(44).

Liberal görüş, haber kavramını ağırlıklı olarak ilginçlik ekseninde değerlendirmekte, şaşırtan, çarpıcı, sansasyonel konuların daha fazla haber olduğunu söylemektedir. İlginçlik kriterinin önemi, haber başlıklarında da etkisini gösterme, okunurluğu sağlama adına ilginç başlıklar atılmaktadır.

Haber, dolayısıyla haber değeri her şeyden önce, haber kurumunun ekonomik yapısı ile ilişkilidir. “Satış ve taahhütler, haber yapım bütçesi veya reklam miktarı gibi bazı zorlayıcı faktörler, başmakale boşluğunun sınırı, haberin sırasını ve yerini belirler. Yerel ve özellikle dış haber miktarı, gazetenin dış haber muhabiri sayısına, gazetenin ajans anlaşmalarına dolayısıyla bütçesine bağlıdır” (45). Gans da, ekonomi politik görüşü doğrultusunda “Ekonomik ve politik olarak güçlü olanlar kitle iletişim araçlarına kolay ulaşabilir. Güçten yoksun olanların ulaşması zordur. Ulaşma, haber odasının dışındaki bir sosyal yapıyı yansıtır”(46) demektedir.

Kültürel yaklaşım ise, haber değeri kriterlerinin belirlenmesinde örgütün ve mesleğe ilişkin rutinlerin dışında kültürel sembol sistemlerinin etkisine işaret etmektedir. Haberin oluşumunda, toplumun ideolojik atmosferi ve kültürel ortam etkili olmaktadır. “Kültürel bakış, haberin sembolik belirleyicilerini olgular ile semboller arasındaki ilişkide bulur ve haberi var olan gerçekliğin yeniden üretilmesi süreci olarak kabul eder”(47).

44) Nahide Karabay, Gazetecilik ve Haber(Kuramsal Bir Yaklaşımla), Meta Basım, İzmir, 2000, ss.32

45) Teun A. Van Dijk, News As Discourse, Laurance, London, 1998, s.119

46) Ralph Negrine, Politics and the Mass Media, Routledge, London, 1989, ss.139

47) a.g.e., ss.139-140

The Guardian’da editör olan Alastoir Hetherington, “sosyal, ekonomik, politik ve insana önem veren olayların haber seçiminde ilk sırada yer aldığını söyleyerek, diğer kriterler olarak etkileyicilik, sürpriz, seks ve sayılardan”(48) bahsetmiştir.

Ostgaard, “haber değeri en yüksek olan olayların, sorun yaratan ve bilinmeyen sonuçları olan sıra dışı, beklenmedik olaylar olduğunu”(49) ileri sürmektedir.

Haber değeri kavramının sınırlarının çizilmesinde sıklıkla göndermede bulunulan Johann Galtung ve Mari Ruge tarafından bir araya getirilen liste ise çok daha uzundur. Bu listede yer alan ölçütler, şunlardır: (50)

“Haberin uygun bir zamanda meydana gelmesi (frequency): Habere konu olacak olayın, yayınlanacağı kitle iletişim aracının yayınlanma sıklığına uygun olması gerekmektedir. Gazeteler için, olayın gün içerisinde meydana gelmesi, yeni ve taze olması öncelikle değerlidir. Gün içerisinde meydana gelen bir piyano resitalinin, bir tiyatro oyununun galasının gazetelerde haber olması gibi. Öte yandan gazeteler her metni ilginç kılacak güncel bir neden bulmaktadırlar. Dün ya da bugün oluşmuş bir olay, günlük gazetelerin arzu ettiği bir özelliktir.

Gelişme aşamasında olan bir olay da, ortaya çıktığı andan itibaren haber yapılabileceği gibi, gazetede o an uygun bir yer bulunduğu için ya da editörün aklına yeni geldiği için haber yapılabilmektedir. Kurum ve kuruluşlarla şehirler gündeme gelebilmek için kutlamalar düzenlemeye özen gösterirler; seçkin kişiliklerin doğum yıldönümlerini kutlar (Goethe’nin doğumunun 200. yılı

48) Ralph Negrine, Politics and the Mass Media, Routledge, London, 1989, ss.138

49) Stuart Hall, Haber Fotoğraflarının Belirleyici Özellikleri, çev: Ali M. Bayraktoglu, İletişim-2005, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 21, ss. 253

50) John Hartley, Understanding News, ed. John Fiske, Londra- New York, Routledge, 1987, ss.38- 39

kutlamaları gibi) ölüm yıl dönemlerinde anma törenleri düzenleyerek; kronolojik aktüalite yaratırlar.

Olayın büyüklüğü, ölçüsü (treshold): Bir olayın habere konu olabilmesi için çok sayıda insanı ilgilendirmesi yani büyük olması önemlidir. Ancak her büyük olayın çok sayıda kişiyi ilgilendirdiği tezi, kültür sanat alanındaki olaylar için geçerli değildir. Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi’nde gerçekleştirilen ‘Picasso İstanbul’da’ Sergisi Türkiye’de Batılı bir sanatçıya ayrılan en büyük sergi olma özelliğiyle büyük bir olaydır; ancak sergi çok iyi bir biçimde duyurulmuş, tanıtılmıştır. Kullanılan etkin pazarlama teknikleriyle, “açık kaldığı 103 gün zarfında 253 bin 999 kişi tarafından izlenmiştir”(51). İspanya’daki ilk gençlik yıllarını da kapsayan daha önce çok az insanın gördüğü bakır yapıtlarıyla birlikte tüm dönemlerine ait 135 eserinin yer aldığı serginin İstanbul’da açılması büyük bir sanatsal olaydır ve bu büyük olay sadece sanatseverleri değil, yediden yetmişe 254 bin kişiyi ilgilendirmiştir. Ancak ne yazık ki her önemli ve büyük sanat olayı, editörler tarafından aynı şekilde değerlendirilip, haber olamamaktadır.

Olayın açık ve anlaşılır olması (unambiguity): Habere konu olacak olayın kendisinin okura kendisini anlatacak şekilde açık, anlaşılır ve basit olması gerekmektedir. Hetherington da “Bir olayın anlaşılır ve açık olması, haber olma olasılığını artırır”(52) demektedir. Alanında uzman muhabirler tarafından kaleme alınmış kültür sanat haberleri, zor okunan, belirli bir altyapı, birikim gerektiren haberlerdir. ‘ x adlı tekstil sanatçısının, açmış olduğu enstelasyon ya da dekupaj sergisi’ diye başlayan bir paragraf, sıradan bir okur için bilinmezliklerle doludur. Sanatçının adının bilinmesi beklenmese de, tekstil sanatı, enstelasyon, dekupaj gibi sözcükler ortalama bir okura son derece uzaktır.

51) <http://www.ntv.com.tr/news/367065.asp>, Erişim:02.04.2006, Picasso Sergisi Standartları Değiştirdi

52) Stevan Whitlam- Hugh Preston, Sports journalism as an information resource: a case study, New Library World, Volume.99 No.1143, ss.196

Olayın anlamlı oluşu (meaningfulness): Konu okura yakın gelmeli, bir anlam ifade etmelidir. Benzer önem taşıyan olaylardan daha yakında gerçekleşenin haber değerinin yüksek olması daha olasıdır. Coğrafi yakınlık olarak nitelendirdiğimiz bu kritere göre, örneğin Türkiye’de 10 evin yıkıldığı bir deprem Japonya’da 1000 evin yıkıldığı bir depremden daha çok önem arz etmektedir ki bu dünyanın her yerinde böyledir. Bazı olaylar ise yalnızca meydana geldikleri çevrede ilgi görüp, haber değeri taşımaktadırlar. "Duygusal yakınlık" da haberde çok önemlidir. Özellikle etnik gruplar için haberin etkisi, haber okunduğunda ne kadar çok kişiyi etkiliyorsa haber değeri o kadar yüksektir. Olav Njaastad, televizyon haberciliğini konu edindiği kitabında, “en merkezi haber değeri kriterlerinden biri olarak kabul ettiği ‘yakınlık’ı, zamansal yakınlık, etki yakınlığı ya da sonuçlar, coğrafi yakınlık, kültürel ve duygusal yakınlık olarak ayırarak incelemektedir”(53). Örneğin, insanların gün içersinde bulundukları ve bulunma amaçlarına göre yerine getirdikleri aktiviteleri en rahat ve kolay biçimde, doğal çevre ile de uyumlu olarak sürdürmelerini sağlayan yapıları, teknik kurallar ve estetik bakış açısıyla en sağlam biçimde planlayıp inşa eden mimarların tasarımları, kültür sanat muhabirlerinin ilgi alanındadır. 03- 07 Temmuz 2005 tarihleri arasında İstanbul’da yapılan “22. Uluslararası Mimarlık Kongresi” Türk okuru için çok önemli olmayıp çok büyük anlamlar ifade etmese de, Habitat Konferansı’ndan sonra 120 ülkeden mimarlık, planlama, tasarım ve mühendislik gibi farklı disiplinlerden yaklaşık 10 bin kişinin katılımıyla dünyanın en büyük organizasyonu olmuştur”(54). İstanbul’da gerçekleşen bu büyük organizasyon, kültür sanat muhabirlerinin gerek kongre süresince gerekse

53) http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/42_137-152.pdf, Erişim: 14.08.2006, Sigurd Allern , Journalistic and Commercial News Values: News Organizations Patrons of an Institution and Market Actors

54)http://www.sabah.com.tr/ozel/mimarlik1109/dosya_1109.html, Erişim:07.07.2006, 22. Uluslararası Mimarlık Kongresi

sonrasında daha çok ‘mimarlık’ konu başlığı altında haber üretmelerine neden olmuştur. Bu organizasyon, İstanbul değil de başka bir dünya kentinde gerçekleşseydi, Türk medyası tarafından bu kadar çok ilgi görmez, üzerine bu kadar çok haber yapılmazdı nitekim bundan önce gerçekleştirilen mimarlık kongreleri, yazılı ve görüntülü medyada bu denli çok yer almamıştır. Bundan sonra dünyanın herhangi bir yerinde düzenlenecek olan mimarlık kongrelerine de, Türk medyası ilgi gösterip, haberler üretecektir.

Olayın uygunluğu (consanance): Tahmin edilebilirlik ve talep öğelerini içeren bu ölçüt, okurun olmasını beklediği olayların ele alınışında ortaya çıkmaktadır. Örneğin , ‘27 Mart Dünya Tiyatrolar Günü’ nedeniyle Türkiye dahil pek çok ülkede birbirine yakın organizasyonlar yapılmaktadır. Her yıl ulusal ve uluslararası düzeyde bildiriler hazırlanmakta ve sahne üzerinde okunmakta, oyunculuk, yazarlık ve sahne tasarımı alanlarında tiyatroya emeği geçenlere ödüller verilmekte, devlet tiyatrolarında oyunlar ücretsiz sahnelenmekte, özel tiyatrolar turneler yapmakta vb.dir. Bir kültür sanat muhabiri, 27 Mart Dünya Tiyatrolar Günü’nde ya da o günü de kapsayan ‘Tiyatro Haftası’nda ne tip aktivitelerin yapılacağını bilir; okurların da bu yöndeki beklentileri doğrultusunda haberlerini oluşturur.

Olayın ani, beklenmedik oluşu (unexpectedness): Aniden meydana gelen, beklenmedik olan, öngörülemeyen olaylar haber değeri taşımaktadır. Örneğin, kitapları 39 dile çevrilen Orhan Pamuk’un Nobel Edebiyat Ödülü’nü alması beklenmedik bir olaydır. Anatole France, Bernard Shaw, Thomas Mann, T.S.Eliot, William Faulkner, Bertrand Russell, Ernest Hemingway, Albert Camus, Boris Pasternak, John Steinbeck, Jean Paul Sartre, Mikhail Sholokhov, Samuel Beckett, Pablo Neruda, Gabriel Garcia Marquez, Octavio Paz, Dario Fo gibi dünya çapında ün yapmış edebiyatçılara 1901 yılından bu yana verilen Nobel Edebiyat Ödülü’nü alan ilk Türk olması özelliğiyle de olay haber değeri taşımaktadır. Orhan Pamuk’a, ‘Türklerin 35 bin Kürt’ü, 1.5 milyon Ermeni’yi kestiği’ yönündeki malum beyanının bu ödülü getirdiği yönündeki tartışmalar da

gazetelerin ilk sayfalarında yer almaktadır. Siyasi bir nedenle bu ödölün Orhan Pamuk’a verildiği tartışmalarıyla birlikte olsa bile, kültür sanat alanına giren bu haber gazetelere manşet olmakta ya da ilk sayfadan girmektedir.

Olayın süreklilik arz etmesi (continuity): Haberi yapılacak olayın sürekli olarak işlenmesi gerektiğinde de ilgi çekici olması konu seçiminde önemli bir ölçüttür. “Picasso İstanbul’da” Sergisi’nin Türkiye’nin sanat gündemine oturması, etkisinin serginin son gününe kadar devam etmesi ve serginin farklı yanlarıyla sürekli haber olması yine bu haber değeri kriterine örnek teşkil edebilir.

Olumsuz olana yapılan göndermeler (negativity): Geleneksel haber anlayışı içerisinde olumsuz olayların olumlu olanlara oranla daha fazla ilgi çektiği, daha çok haber değeri taşıdığı görüşü kabul görmektedir. Ancak gücünü hayatın bizzat kendinden alan ve sosyal hayata olumlu sinyaller gönderebilen haberlere de yer verilmeye başlanmıştır. Okur da belli bir oranda bu duruma alışmıştır. Örneğin, gerçek hayattan derlenmiş başarı hikayelerinde en azından kendini bulabilmekte, somut örneklerden kendine dersler çıkarabilmektedir. “Kültür sanat alanındaki bir haberin manşet olup olmayacağı sorusu yöneltilen Zaman Gazetesi Kültür Sanat Editörü Ali Çolak, müzeden çalınan eserlerin konu edinildiği bir haber ancak manşet olmaktadır”(55) demektedir.

Kişiselleştirme (personality): Bir konu ele alınırken, kişisel bazda değerlendirilmesi, olayın bir kişinin etrafında gerçekleşmesi anlaşılabilirliğini da arttıracığından tercih edilen bir yöntemdir. Kişiselleştirme hem haberi okur için daha anlaşılır hale getirmekte hem de konunun bağlamını ikinci plana itmektedir. Popüler bir şahsiyet olan ressam Bedri Baykam’a, alanı dışındaki pek çok konuda mikrofon uzatılmakta, demeçleri haber konusu olmakta hatta gündem yaratmaktadır.

55) Ali Çolak, Zaman Gazetesi, Kültür Sanat Servisi Editörü, 17 Mart 2006 tarihli mülakat, İstanbul

Seçkin ulus ya da kişilerle ilgili olması (elit nations and people): Galtung ve Ruge, “ana akım medyanın USA, Rusya ya da Fransa gibi lider ülkelere daha çok ilgi gösterdiğini”(56)söylemektedir.

“Kamuoyunda etkin ve tanınmış kişilerle ilgili olaylar, yaptıkları açıklamalar ile uluslararası camiada egemen ülke ve ulusların tavrı haber değeri açısından önemlidir”(57). Gazeteler, elit kişilerin eylemleri, sözleri, durumları ve özellikleriyle doludur. Bu yolla, statü, erk ve itibar dağıtılmaktadır. “Herbert J. Gans’ın 1980 yılında haber değeri kriterleri üzerine, CBS ve NBC’nin akşam haberlerini izleyerek yaptığı çalışmada, Amerikan Başkanı ve devlet bakanı gibi bilinen şahsiyetlerin, bilinmeyenlere oranla 3 kat daha fazla akşam haberlerine konuk olduğunu ortaya koymaktadır”(58). “Haber değeri anlayışı seçkin kimselere, örgütlere ve uluslara kitle iletişim araçlarında diğerlerine göre daha fazla oranda ya da yalnızca bu kimselere yer verilmesini sağlayan ve bu yolla bu grupların, kişilerin, örgütlerin ve ulusların iktidarlarını sağlayan ve meşrulaştırılmaları sonucunu doğuran bir takım ideolojik ve mesleki ölçütlere dayanmaktadır”(59). T.C.’nin 7. Cumhurbaşkanı olan Kenan Evren’in resim yapıyor olması ve sergiler açıyor olması haber değeri taşımaktadır. Berlin Senfoni Orkestrası’nın konserleri dünya medyasında geniş yer bulurken, dünyanın sayılı orkestralarından biri olan Tokyo Senfoni Orkestrası’nın konserleri ya hiç haber olmamakta ya da çok az yer almaktadır.

Kompozisyon (composition): Gazetelerde çıkan haber konularına bir

56) Stevan Whitlam and Hugh Preston, Sports journalism as an information resource: a case study, New Library World, Volume.99 No.1143, ss.197

57) <http://www.bond.edu.au/hss/communication/ANZCA/papers/JMcGregorpaper.pdf>, Erişim:09. 08. 2006, Judy McGregor, Restating News Values: Contemporary Criteria For Selecting The News

58) Examining Our Credibility, Different News Values, A Report For The ASNE Journalism Project, No: 5, 1999

59) Teun A. Vandijk, Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, der: M. Küçük, Medya, İktidar ve İdeoloji, Ark Yayınları, Ankara, 1994, ss.303

bütün olarak bakıldığında belirli bir denge sergilemesi gerekmektedir. Diğer uzmanlık alanları dikkate alındığında, gazetelerde ekonomi ve spor haberlerinin daha çok yer kapladığı görülmekte; en az alan kültür sanata ayrılmaktadır. Umanlık alanlarının sayfalara dağılımı arasında bir denge ve bütünlük yoktur.

Bu on iki kriter birbirinden bağımsız olmayıp, birbiriyle ilişki halindedir. Bazen bir haberin oluşmasında birçok haber değeri devreye girmektedir. Önceliğin hangi değerde olduğu da tartışılır. Genellikle içinde uyumsuzluk, çelişki, gerilim, olumsuzluk, tehdit, şiddet içeren ilginç, şaşırtıcı ve beklenmedik olaylar, çok daha kolay haber olabilmektedir.

“Janet A. Bringes tarafından 1989 yılında yapılan “Amerikan Gazetelerinin Birinci Sayfalarında Haber Kullanımı” konulu çalışmada sözü edilen haber değerleri sıkça kullanılmıştır. 111 Amerikan gazetesinin birinci sayfaları üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre haberlerin % 63’ ü zamanlılık, % 61’i önemlilik, % 50’ si yakınlılık, % 382 i çatışma- anlaşmazlık değerlerini taşıdığı görülmüştür” (60).

Haber değeri konusunda bir çok araştırma bulunmaktadır. Amerikan televizyonları ile haber dergilerinin haberciliği üzerine araştırmalar yapan Gans, haber değerlerini güncel ve devamlı olarak ikiye ayırmakta ve “ırkçılık, fedakar demokrasi, sorumlu kapitalizm, küçük kent yaşamı, bireycilik, ılımlılık, sosyal düzen ve ulusal önderliği devamlı haber değerleri”(61) olarak sıralamaktadır. Gans, neyin haber olup olamayacağına karar verme sürecinde, haberin yer alacağı kitle iletişim aracının özellikleri ve rekabet önceliklerinin yanı sıra, olayın önemli, yeni ve ilgi çekici oluşunun da rol oynadığını ortaya koymaktadır.

60) Janet A. Bringes, News Use On The Front Pages Of The American Daily, Journalism Quarterly, Vol:66, No:2, Summer, 1989, ss.334

61) Herbert J. Gans, Deciding What’s News, Pantheon Boks, new York, 1979, ss.42

Graemer Burton ise, haber değerin belirlenmesinde medya profesyonellerinin yüklediği değerlerin ve bu konuların sunuluş biçimlerinin birinci derecede rol oynadıklarını belirterek, haber değerini genel değerler(olumsuzluk, yakınlık, popülerlik, devamlılık, basitlik, kişisellik), içerik değerleri (felaketler, yıldızlar, otoritelerle ilgili olması) ve geliştirim değerleri (dramatize edilebilmesi, çatışma içermesi vb.) olarak üç ana başlık altında toplamaktadır”(62). Stuart Hall’e göre, habere işaret etme potansiyeline sahip bir öyküde en az üç temel ölçütün bulunması gerekmektedir. “Öykünün, bir olaya, bir oluşuma ya da bir olguya bağlanabilir olması gerekmektedir. Olay son zamanlarda olmuş olmalıdır. Eğer mümkünse dün, tercihen bugün, birkaç saat önce, öyle ki: ‘haberdeki’ olay ya da şahıs ‘ haber değeri vardır’ diye derecelendirilmelidir. Yani, haber öyküleri eylemle, zaman içinde yakınlıkla ve haber değerine sahip olmayla ilişkilidir”(63). Haber toplama ve seçimi işi, bu üç temel kural doğrultusunda yapılmakta daha sonra daha karmaşık bir grup biçimsel haber değerleri devreye girmektedir ki bunlar Ostgaard ile Galtung ve Ruge’un listelerine işaret etmektedir. Haberi anlamlandırırken, haber değerinin ve ideolojik seviyenin birbirinden ayırt edilmesi gerekmektedir.

“Haber değeri, öykünün, haberin profesyonel ideolojisi bakımından ayrıntılara(fotoğraf+ metin) indirgenmesi gazete söylemindeki haberi oluşturan şeye dair sağduyulu anlayışları oluşturur. İdeolojik seviye öykünün, ima edilen temaları ve yorumları bakımından ayrıntılarının ortaya çıkarılmasıdır”(64). Biçimsel açıdan haber değerleri, gazeteciler ve gazetecilik söylemiyle açıklanırken, ideolojik haber değerleri toplumda varolan ideolojik yapılar tarafından belirlenmektedir. İdeolojik haber değerini belirleyen kurumlardan biri haberin yer alacağı iletişim aracıdır. İdeolojik haber değeri haberi yayınlayan

62) Graemer Burton, Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş, Alan Yayıncılık, İstanbul, 1995, ss. 137- 139

63) Stuart Hall, Haber Fotoğraflarının Belirleyici Özellikleri, çev: Ali M. Bayrakoğlu, İletişim-2005, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 21, ss.252

64) a.g.k., ss.249

aracın konumlanışına, haber politikasına, geleneklerine ve sahip olduğu imaja bağlı olarak belirlenmektedir. Ana akım medyada doğum yapmaya hazırlanan Gülben Ergen ile ilgili her gün sayısız haber çıkarken, Zaman Gazetesi Kültür Sanat Editörü Ali Çolak, “Gülben Ergen’in şarkıcı oyuncu kimliğiyle ilgili olarak bile Zaman Gazetesi’nde haber çıkamayacağını ifade etmektedir”(65). Bir olay bir gazetede birinci haber olarak çıkarken, bir başka gazetede hiç yer almayabilmektedir. “İdeolojik haber değeri okur tarafından da belirlenmektedir. Okurun hayat karşısındaki duruşu, kendini konumlandırışı, olayları algılamasını, anlamlandırmasını da büyük ölçüde belirlemektedir. Örneğin Eski Galler Prensesi Diana’nın ölümü standart haber değeri ölçütleriyle çakışmaktadır; çünkü beklenmedik, tahmin edilemez bir olaydır, haberin baş karakteri hemen hemen tüm dünyada tanınmış biridir. Bu değerler ideolojik olarak farklı noktalarda olsalar dahi tüm iletişim araçları tarafından belirlenmiş, kabul görmüş ölçütlerdir. Ancak bir kere olayın haber haline geleceği belirlendikten sonra ideolojik değerlendirmeler birbirinden çok farklı olacaktır. Olay ‘herkesin sevdiği kadın’, ‘güzel ve aldatılmış kadın’, ‘Kraliyet Ailesinin Geleceği’, ‘Umulmadık Trafik kazası’ gibi temalar etrafında haber haline getirilmiştir. Okur da haberi ‘cinayet mi? yoksa hızlı yaşamanın sonu mu?’ ‘güzel ama mutsuz prensesin sonu’ gibi farklı temalar etrafında okuyup algılamıştır”(66).

Çeşitli görüşlere dayanarak açıklanan haber değeri kriterlerinin ortak özellikleri, habere konu olacak olayın yeni olması, yakın bir zamanda meydana gelmesi ve yakın bir çevreyi ilgilendirmesi, toplumsal değerlere uygun olması, ani ve beklenmedik olması, ünlü kişilerle ilgili olmasıdır. Problemler, skandallar, çatışmalar, suçlar, savaş ve felaketler haber değerini arttırıcı unsurlardır. Haberciler, özellikle editörler bu haber değeri kriterlerinin hiyerarşisini miras

65) Ali Çolak, Zaman Gazetesi, Kültür Sanat Servisi Editörü, 17 Mart 2006 tarihli mülakat, İstanbul

66) http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/s_sever/s_sever.html, Erişim: 14.06.2006

Şeyda Sever, Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı; Fark Nerede?, Fotoğrafya, sayı:13

almışçasına hareket etmekte, fikirler üretmek bu kriterleri düzenlemekte ve diğer nesillere öğretmekte, aktarmaktadırlar. Sistematiik olarak ifade edemeseler de okurlar/izleyiciler ve haber kaynakları da ‘haber değeri kriterlerini’ bilmektedir. Okur/izleyici, bir haberi okurken ya da izlerken ‘haber bunun neresinde?’ şeklinde haklı sorular sormakta, haber kaynakları ise demeçte bulunurken özellikle ilk, yeni ve ilginç olma kriterine işaret eden olaylardan, başlıklarını öngörerek bahsetmektedirler. Anlaşılabacağı üzere, toplumun genelinde kaba hatlarıyla ‘haber değeri kriterleri’ üzerine bir konsensus oluşmuş vaziyettedir.

B. HABER YAPIM SÜRECİ

Haber bir süreç sonunda oluşmaktadır. Haber yapım sürecinde, nesnellik ve tarafsızlık etik açıdan ön planda tutulmaktadır. Nesnellik ve tarafsızlık, habercinin haber yapım sürecinde, kişisel çıkarlarının ve değer yargılarının bu sürece karışmasını engellemesinde dayanak noktalarını oluşturmaktadır. Haberde objektiflik ve tarafsızlıkla ilgili çeşitli görüşler vardır: “İlki, haberde objektifliği ve tarafsızlığı sağlamak mümkündür. İkinci görüş, objektifliğin ulaşılamayacak bir hedef olabileceğini ancak tarafsızlığın mümkün olabileceğini savunmakta, üçüncü görüş ise, habercilikte tarafsızlığın ve objektifliğin sağlanamayacağı yönündedir.

Tarafsızlık, haber konusunun seçiminde ve işlenmesi aşamalarında herhangi bir görüşe, fikre bağlı kalınmaması ve habere önyargısız yaklaşılması anlamına gelmektedir. Objektiflik ise, habere konu olan olayın yorum katılmaksızın olduğu gibi aktarılması, tam ve çarpıtılmamış bir şekilde sunumu anlamına gelmektedir”(67). Haberci, bir olayı ilgi çekici bulup sezgileriyle hareket etmektedir. Öte yandan habercinin haber üretim sürecinde, hazır bulunan ve güvenilir kaynaklara dayanma alışkanlığı, haber değeri anlayışının genel

67) Elihu Katz- Tames Szecskö, Mass Media and Social Change, The Missing Dimensions- News Media and the Management of social Change, Peter Golding, sage Studies in International Sociology, Sage Publications, Londra, 1981, ss.78- 81

mesleki ve ideolojik boyutlarının yanı sıra medyanın büyük kısmının bir şirketler ağı içerisinde yer alması, bunların hepsi toplumdaki en güçlü insanlar, gruplar ya da kurumlar hakkındaki öyküleri destekleyen toplumsal algılar ve metin üretimiyle uyum içindedir. Haberde nesnelliği, tarafsızlığı, dengeliliği bütünüyle sağlamak mümkün olmasa da habercinin performansı, gazeteciliğin mesleki etik ilkelerine bağlılığıyla bunu arttırması mümkündür.

Haber yapım süreci konusunda yapılan tartışmaları ve ileri sürülen modelleri Doris Graber, dört başlık altında toplayarak vermektedir. Bu modeller; ayna modeli, profesyonel model, organizasyon modeli ve politik modeldir. “Ayna modeline göre, haber gerçekliğin bir yansıması olmalıdır. Bu model, habercilerin çevrelerindeki olayları mümkün olabildiğince objektif şekilde ele almaları gerektiğini belirtmektedir. Profesyonel modelde, haber yapım süreci, profesyoneller tarafından yürütülen ve onlar tarafından seçilen ilginç olayların işlenmesi çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Bu modelde eşik bekçilerinin önemli bir konumu ve işlevi olduğu vurgulanmaktadır. Organizasyon modeli, organizasyon teorisi üzerinde temellenmiştir. Modelin savunucuları haber seçimi işleminin, organizasyon işlemlerinin ve amaçlarının baskısı sonucunda oluştuğunu iddia etmektedir. Politik model ise, haberin her yerde habercilerin ideolojik kabullerinin ve haber kurumunun faaliyet gösterdiği politik çevrenin baskısının bir ürünü olduğu yaklaşımına dayanmaktadır”(68).

Okura dünyayı anlamlı kılmak adına bir metin sunan haberci, okurdan bu anlamlandırma sürecine katılmasını beklemektedir. Haberde anlatılanların gerçek olduğunu söyleyen haberci, okurdan bunu denetlemesini de beklemektedir Çünkü haber, yukarıda ifade edildiği üzere, güç ve iktidar ilişkileri içerisinde, egemenlik mücadelesinin verildiği bir ortamda nesnel olduğu iddia edilen, yapılandırılmış bir dil kullanılarak üretilmektedir. Bu noktada okurun/ izleyicinin, yazılı ve yazılı

68) Doris A. Graber, Mass Media and American Politics, Politics and Public Policy Series, University of Illinois, Chicago, 1980, ss.57- 58

olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanan medya okur yazarı olması önem arz etmektedir.

1. HABER SEÇİMİ

Haber, haber merkezine gelişinden yazılmasına, sayfalarda yer alacağı aşamaya kadar pek çok kez seçim sürecinden geçmektedir.

İlk seçimi, haberci yapmaktadır. Habercinin, haber toplama sürecinde artık neyin haber olacağının bilgisine sahip olduğu var sayılmaktadır. Kamunun ve çalıştığı kurumun beklentilerini de bilmektedir. Neyin bilinmeye değer olduğuna karar verme hakkına sahip olan haberci, olay yerinde ise seçme şansı kalmamıştır ve varlığı bu seçimi yaptığı anlamına gelmektedir zaten. Ama her ayrıntı üzerinde kendini sorgulamak zorundadır.

Kurumsal seçicilikte ise, eşik bekçileri (gate keepers) denilen yazı işleri, olayların seçildiği en son basamaktır. Haber seçimi konusundaki en önemli yaklaşımlardan biri eşik bekçisi (gate keepers) yaklaşımıdır ve kavram ilk kez kullanan Lewin “enformasyonun daima eşikliğe sahip belli kanallardan aktığını, belirli noktalarda alınan kararlar sonucu enformasyon girişine izin verildiğini ya da reddedildiğini”(69) söylemektedir. Lewin’e göre, eşğin çalışmasını anlamak için, eşik bekçisinin seçimlerinde karar vermesini etkileyen faktörlerin anlaşılması gerektiğinin üzerinde önemle durmaktadır.

Anlaşılacağı üzere hangi haberlerin günün haberi olarak değerlendirileceğine, sayfaya girecek haberlerin hangi başlıkla ne şekilde gireceğine, nasıl kısaltılacağına yazı işleri karar vermektedir. Yazı işlerinin

69) David Manning White, The Gatekeepers- A Case Study In The Selection of News, People, Society and Mass Communication, The Free Press, New York, 1964, ss.162

seçiminde, içinde bulunduğu sosyal, ekonomik, politik ve hukuki faktörlerin etkisi yadsınamaz bir gerçektir.

Günün başlangıcında editörün yaptığı ilk iş, haber gündemini belirlemek ve rutin haberleri izleyecek habercileri görev yerlerine dağıtmaktır. Bu amaçla gündemin yoğunluğuna göre, genellikle sabahın erken saatlerinde gündem üzerinde toplantı yapılmaktadır. Bu toplantılarda kimi zaman haberciler ‘özel haberler’ yapmak üzere teklif getirebilmektedir. Editör teklifi ilginç bulmuşsa, habercinin yol parası, araç, film, kamera gibi ihtiyaçlarını karşılayarak haberi araştırması için görevlendirmektedir. Editörler yukarıda sözü edilen haber değerlerinden yola çıkarak, her gün önlerine gelen yüzlerce haber arasından, neyin haber olup neyin olmayacağına, hangi haberin daha büyük, hangi haberin daha küçük verileceğine dolayısıyla kamunun ertesı gün ya da belirli bir süre için hangi konulara ilgi gösterip, tartışacağına karar veren kişilerdir. Gelişen teknolojiler ve artan haber akışı nedeniyle haber merkezlerine 24 saat içerisinde her konuda yüzlerce haber yağmaktadır. “Haber Müdürlüğü bilgisayarına 1500’e yakın haber düşmektedir ki bunlar Türkiye’deki ajanslardan, istihbarat, ekonomi, dış haberler, özel haberler servisi vs. gibi servislerle Genel Yayın Yönetmeni’ne veya Yayın Koordinatörü’ne bağlı olarak çalışan özel muhabirlerden gelmektedir. Ayrıca dış ajanslardan gelen, internetten üretilen haberler bu sayıya dahil değildir”(70). Bu haberlerin bir kısmı kullanıma hazır olsa da editörlerce haber olarak değerlendirilmeyebilir. “Tunstall, kullanılabilir durumdaki materyalin yüzde 90 ila 95’inin kullanılmadığını tahmin etmektedir”(71). Editörlerin yukarıda da ifade edildiği üzere, haberlerin başlığı, sayfa düzeni ve içerikleriyle oynama yetkisi de bulunmaktadır. Haberi kısaltabilmekte, haberciden eksik gördükleri tarafları tamamlamasını isteyebilmektedirler.

70) <http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt10.htm>, Behçet Fakihoğlu, Haber Değerlendirmesi ve Koordinasyon, II. Yerel Medya Eğitim Semineri, Trabzon, 11- 13 Haziran 1998

71) Stevan Whitlam- Hugh Preston, Sports journalism as an information resource: a case study, New Library World, Volume.99 No.1143, ss.195

Editoryal süreçte, devlet sırrı, ulusal çıkarlar, sürmekte olan davaların yayın yasakları, reklam verenlerin baskısı, etik kurallar, basın patronlarının diğer işleri, sansür/oto-sansür, RTÜK(Radyo Televizyon Üst Kurulu) gibi kurumların kapatma tehditleri etkili olmaktadır.

2. HABER KAYNAKLARI

Haber üretimi, genellikle belirli kaynaklardan gelen bilgilere dayanmaktadır ve haber akışında sürekliliğin sağlanabilmesi için de zengin haber kaynaklarının varlığı önem arz etmektedir. Kişisel haber kaynakları ve haber ajanslarının yanı sıra internet son yıllarda giderek önemi artan haber kaynaklarından biri haline gelmiştir. Zaman sınırı, gazetecinin kaynağa olan bağımlılığını arttırmaktadır ki internet, gazetecinin bu sorununu çözeceğe benzemektedir. Bir diğer çözüm önerisi de, zengin haber kaynaklarına sahip uzman habercilerin medyada daha çok yer almaya başlamasıdır.

Haber, gazetecinin çeşitli kaynaklardan elde ettiği bilgileri bir araya getirerek işlemesiyle oluşmaktadır. Duyum aşamasından itibaren gazeteci haber kaynaklarına başvurmaktadır. Çünkü gazetecilerin tüm olaylara, gelişmelere tanıklık etmesi ve yerinden takip etmesi mevcut haberci sayısı yetmeyeceği için, mümkün değildir. Olay, yerinde izlense bile habercinin uzmanlara, yetkililere başvurması bazen bir zorunluluktur, bazen de haberini zenginleştirici bir unsurdur.

Haberci, kamuoyunu bilgilendirmeye çalışırken toplumun çeşitli kesimlerinden insanlarla ilişki kurmaktadır. Politikacılar, sanatçılar, üst düzey bürokratlar ve popüler şahsiyetlerle aynı mekanları paylaşabilmektedir. Onları kendi mekanlarında ziyaret edebilmekte, saatlerce baş başa kalarak röportajlar yapabilmektedir. Bu insanlar gazetecilerle temsil ettikleri yayın kuruluşunun temsilcisi olarak ilişki kurmaktadır. Bu nedenle, gazetecilik adına kurulan ilişkileri kişisel çıkar adına kullanmak yanlıştır. Haberci ilişki kurduğu kişilerle

hep belli bir mesafeyi korumak zorundadır. Haber gözlem yapılarak, araştırılarak, bilgi toplanarak yapılan bir üretim olarak değil, ‘bulunacak’, ‘yakalanacak’ bir olay haline getirildiğinde, olayı açıklayacak belgeler ve bunları verecek olanlar önemli hale gelmektedir. Siyasi haberler genellikle bir kaç ‘üst düzey’ yetkilinin demeçlerinde saklıdır. Toplumsal olaylarla ilgili haberler, bizzat toplum içine girilerek, gözlem yapılarak, sokaktaki adamlarla enine boyuna görüşerek değil, uzman yorumlarına dayanmaktadır. Anlaşılabacağı üzere, haber kaynakları sınırlı ve az sayıdadır; bu da gazetecilerle haber kaynaklarının arasındaki ilişki ve mesafe dengesini bozan bir etkidir. Haber kaynakları kıt olduğu için, kaynağa endekslenen haberci, kaynağın temsil ettiği diğer tarafları unutarak ya da göz ardı ederek haberlerini oluşturabilmektedir. Bazı haber kaynaklarının, çoğu kez böyle bir amaçla gazetecilerle ilişki kurduğu söylenmektedir. Böyle bir durumda haberci, haber kaynağı tarafından yönlendirilme tehlikesiyle karşı karşıya gelebilmektedir. “Genellikle, belli bir pozisyona sahip haber kaynakları, gazetecileri ‘kullanılabilirlik’ derecesine göre tasnif etmektedir. Bu bakış onların doğal hakkıdır. Buna karşılık gazetecinin tavrını çok iyi belirlemesi, kaynağının enstrümanı haline gelmemesi, kendini kullandırtmaması gerekmektedir”(72).

Mesafe ayarlarının bozulmasıyla ilgili bir örnek vermek gerekirse, 12 Eylül 1980 darbesinin ardından siyasi partilerin kapatılıp geniş bir siyasetçi grubuna aktif politika yasağı konulmasının ardından, 1983 genel seçimlerine giren partilerin kadroları, çoğunlukla, yeni ve tecrübesiz kişilerden oluşmuş olmasından ve özellikle Ana Vatan Partisi (ANAP) kadrolarının, gazetecilere duydukları ihtiyaçtan dolayı fazla samimi ilişkiler kurmalarından bahsedilebilir. Diğer partilerde de bu ilişki biçimi gözlenmiş olmakla beraber, bu tarz ANAP’ta daha belirgin olmuştur. ANAP’ın güçlü ve uzun iktidar dönemi, bu samimi ilişkilerin getirisini, haberci- kaynak ilişkisi anlamında da

72) <http://www.medyakronik.com/guncel/tbora.asp>, Erişim:11.03.2002, Tanıl Bora, Mesafe Ayarları

kayıplarını büyütmiştir. Zaten gazeteciler ve politikacılar arasında pek çok özel koşul tarafından belirlenen, son derece karmaşık adı dillendirilmemiş gizli bir kontrat söz konusudur. Önemli olan, gazetecinin kaynağıyla kurduğu ilişkiyi siyasal bir ittifaka dönüştürmemesidir.

“Fransa’da yayınlanan Le Monde gazetesinin editörü Serge Halimi’nin dediği gibi, gazetecilik bir ‘temas ve mesafe’ mesleğidir”(73). Temas ve mesafe, gazetecilikten öte medeniyet meselesidir. Norbert Elias, ‘Uygarlık Süreci’ adlı eserinde, “medenileşme sürecinin, başka insanları yok edilesi düşman olarak görmekten uzaklaşmak yanında, ‘canından bir parça’ saymaktan da uzaklaşmayı gerektirdiğini söylemektedir. Elias, batılı medeniyet anlayışında mesafe ayarlarının mekanikleşmiş niteliğine işaret ederek, batıda mesafelerin ilişkileri felç ettiğinden yakınanların karşısında, ‘Doğu/lar’da birincil ilişki örgülerinin anonimliğe, mesafelere yer vermediği yakınması vardır”(74) demektedir.

Eğer gazeteci bir olaya kendi gözleriyle tanıklık etmemişse, o olayı mutlaka birilerinden dinleyerek haberini oluşturacaktır. Gazetecilik mesleğinde alınan kıdem, kilit noktadaki haber kaynaklarına ulaşmayı kolaylaştırır. Haber üretim organizasyonu da, haber toplama aşamasında, devletin başlıca siyasal organları, polis, mahkemeler ve büyük şirketlere kurumsal bağlamda destek vermektedir. Bir gazetecinin başarısı ise, önemli zamanlarda doğru haber kaynağına ulaşarak gerekli bilgiyi alabilmesiyle ölçülmektedir. Dünyanın her yerinde muhabir gazetenin var olma nedeni, günümüzde Türkiye’de tam tersi bir durum söz konusudur. Özellikle üst düzey haber kaynaklarının köşe yazarları ve genel yayın yönetmenleri dışında kimseye demeç vermedikleri bilinmektedir. Öte yandan birçok haber kaynağı, işlerini kaybetme korkusuyla habercilere bilgi vermekten çekinmektedir. Gazeteci- kaynak ilişkisi üzerine

73) Esra D. Arsan, Haber ve Habercilik, Gazetecilik ve Habercilik, der: Sevdâ Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, Habercinin El Kitabı Dizisi:4, İstanbul, 2003, ss. 135

74)<http://www.medyakronik.com/guncel/tbora.asp>, Erişim:11.03.2002, Tanıl Bora, Mesafe Ayarları

yapılan araştırmaların tümünde, hükümet yetkilileri ya da hükümete yakın kaynakların, haber kaynaklarının başında yer aldıkları görölmektedir. Resmi kaynaklar olarak da isimlendirilen bu kaynaklardan gelen haberler, genelde olduğu gibi gerçekliğin birincil tanımlayıcıları sıfatıyla okura/ izleyiciye aktarılmaktadır. Toplumdaki konumları ve saygınlıkları göz önüne alındığında güçlü kişi, grup ve kuruluşlar da habercilerin en önemli haber kaynaklarındandır ve bu merkezileşmiş haber kaynaklarından gelen bilgiler de oldukları gibi aktarılmaktadır. Çünkü bu kaynaklar, konumları ve konumlarının getirdiği saygınlık itibariyle tanınır ve inanılır olma özelliğine sahiptir. Üstelik, medyanın kullanabileceği haber akışını üretmeye hazır paranın çoğu da onlardadır. Ayrıca hükümet yetkilileri ile güçlü/ zengin kişi, grup ve kuruluşlardan oluşan bu haber kaynakları, medyanın işini kolaylaştırmak için de yoğun bir çaba sarf etmektedirler. Basın toplantılarını merkezi yerlerde düzenlemekte ya da habercilerin ulaşım sorununu çözmekte, habercilere konuşma metinleriyle yayınlanacak raporların birer kopyasını vermekte, basın bültenlerini ve basın açıklamalarını neredeyse birebir kullanılacak şekilde hazırlamakta, habere girebilecek görüntüleri önceden kaydederek sunmaktadırlar ki tüm bu söylenenler haber üretme maliyetlerinin azaltılması dolayısıyla kitle iletişim araçlarının sübvansede edilmesi anlamına gelmektedir. Öte yandan resmi haber kaynakları hakimiyetlerini korumak adına, uzmanlardan yardım almaktadır. Danışman sıfatıyla bizzat maaşa bağladıkları ya da araştırmalarını finanse ettikleri uzmanları, kendi çıkarları açısından çok önemli olan mesajları yaymaları konusunda kullanmaktadırlar.

Oysa pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde de, resmi yetkililerden ve bürokratlardan bilgi almak hukuki açıdan sıkıntılıdır. Üst düzey yetkililerin dışındaki bürokratların, amirlerinden izin almadan, basın mensuplarıyla konuşmaları yasaktır. Buna rağmen medyaya sızdırılan haberler, haberciler tarafından kaynak belirtilmeden verilmektedir ki gazetecilerin haber kaynaklarını saklama hakları, bazı görev ve sorumluluklar taşımaktadır. Gazetecilikte haber kaynağının korunması basın özgürlüğünün en önemli unsurlarından biridir. Böyle

bir koruma olmazsa, gazetecilerin haber kaynakları toplumun genel çıkarlarını ilgilendiren konularda yardımda bulunmaktan vazgeçebilirler. Böylece, basın vazgeçilmez rolü olan ‘gözlemcilik’ görevini yerine getiremeyebilir.

Haberciliği iyi tanımlayan ‘3. göz’ ifadesi, gazetecinin haber kaynaklarına özellikle de habere konu olan kaynaklara eşit uzaklıkta bulunmasına işaret etmektedir. Bir habere konu olan iki taraf varsa, haberci, bağımsız, çok yanlı/çok boyutlu bir şekilde haber verme, bilgilendirme görevini yerine getirirken, olaya 3.gözle bakmasını bilmelidir. Haberci tüm taraflara eşit uzaklıkta durmalı, tüm tarafların bilgi ve tahlillerini aktarmalı ayrıca 3. taraf olarak yani kamuoyu adına topladığı bilgi ve oluşturduğu tahlilleri de ekleyerek haberini yazmalıdır. Aslında alanı ne olursa olsun tüm habercilerin habere konu olacak bir olayı tüm yönleriyle, tüm boyutlarıyla değerlendirmesi, analiz etmesi gerekirken; bu sorumluluk adeta bir yetenek gibi kabul edilip derinlemesine bilgi sahibi olmayla ilişkilendirilerek, ‘uzman muhabirlere’ yüklenmekte, sadece uzman muhabirlerin yapabileceği bir işmiş gibi yorumlanmaktadır.

Haberci, kaynakları ile olan ilişkilerinde güveni sağlayacak bir yaklaşım izlemelidir. İlişkileri belirli bir düzeyde tutarak, haberciliği hatır gönül işi haline getirmemelidir. En önemlisi de, haberci mesleğini etik ilkeler çerçevesinde yapmaya çalışmalıdır. Bazen haber kaynakları habercileri yanıltmak için çaba sarf etmekte ya da çıkarları doğrultusunda kullanmaktadır. Dolayısıyla habercinin bu tip olasılıklara karşı dikkatli olması gerekir. İyi bir haber kaynağı ise; konusuna hakim veya uzman olmalıdır. Muhabire bilgi içeren, dikkate değer açıklamalar yapmalıdır. Kolay ulaşılabilmeli, doğru bilgi vermeli, zor bir konuda bile halkın anlayabileceği basitlikte konuşabilmelidir. Yakın bir zamana kadar haberciden, haber kaynağı olan uzman kişiye soru sorabilecek ve aldığı yanıtları değerlendirebilecek kadar bilgi sahibi olması bekleniyorken, artık bizzat kendisinin bir alanda uzmanlaşması, dolayısıyla uzman görüşlerine olabildiğince az başvurarak haberini hazırlaması istenmektedir.

Haberci, kaynaklarıyla doğru ilişkilendirme yöntemini mesleğini icra ederken öğrenmektedir. Zaten gazetecilik, medya profesyonelleri tarafından da ‘yaparak öğrenilen bir iş’ olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra, gazeteci adayının haber bulma konusunda kişisel girişim yeteneğini geliştirmek amacıyla ABD’deki Minnesota Üniversitesi’nde, özel bir fantezi oyunu tasarlanmıştır. “Üniversitenin gazetecilik bölümü profesörlerinden Kathleen Hansen ve oyun tasarımcısı Matt Taylor tarafından hazırlanan ‘Neverwinter Nights’ adını taşıyan bu oyunu oynayanlar haber kaynakları keşfedip, gerçekleri öğrenmeye çalışmaktadırlar. Gazeteci adayı raydan çıkmış bir tren, çevre kirliliğine neden olan kimyasal maddelerin yayılmaya başlaması gibi sorunlarla karşı karşıya gelerek ardında yatan gerçeği öğrenmeye çalışmakta ve çeşitli resmi daireler, kütüphane, uzman kişiler, barda oturan eski bir demiryolu çalışanı vb. arasından gerçek bilgiye ulaşabileceği en doğru kaynağı bulması ve bulduğu bilgileri yine en doğru biçimde bir araya getirerek hikayeyi yazması gerekmektedir”(75). Bir bilgisayar oyunundan öğretim sürecinde yararlanmak ilginç bir yöntemdir. Gazeteci adayı, heyecanlı ve eğlenceli bir biçimde pratik yapma olanağı bulmakta ve sonunda farklı kaynaklardan bilgiler edinip bir araya getirmeyi öğrenerek, doğru bir şekilde haber yazma yeteneğini geliştirmektedir. Bu oyun, her gazeteci adayına derinlemesine araştırma ve soruşturma yapmayı öğretmeyi hedeflemekte öte yandan ABD’de gazetecilik pratiklerinin nasıl yürütüldüğü hakkında ipucu vermektedir. Ülkemizdeki genel yanlış, bir konuyu derinlemesine inceleme, araştırma ve soruşturma yapma sorumluluğunun, sadece araştırmacı gazetecilere ya da belli bir alanda uzmanlaşmış muhabirlere yüklenmiş olmasıdır. Ülkemizdeki üniversitelerin iletişim fakültelerinde yürütülen gazetecilik eğitiminin taşıdığı eksiklikler ilgili çevrelerce tartışılmaktadır. Gazetecilik eğitimindeki pratik kısım, benzeri oyunlarla zenginleştirilerek öğrenciler için de daha keyifli bir hale getirilebilir. İletişim fakülteleri, bu ve benzeri pek çok yöntemle, sektörün talep ettiği gazeteci adaylarını yetiştirmiş olur.

75) http://www.pusula.tv/modul_yasam/teknoloji_detayli.asp?Gundem=1193, Erişim: 12.05.2006

İKİNCİ BÖLÜM

YAZILI BASINDA UZMAN GAZETECİLİK UYGULAMALARI

Gazetecilikte, eğitimden teorisine, uygulamasından icra koşullarına, toplumdaki konumundan yaşam tarzına kadar bir dizi önemli değişim yaşanmaktadır. Gazetecilik gibi siyasal, kültürel, ekonomik, toplumsal, psikolojik, ticari, teknik ve teknolojik yönleri olan mesleki bir alan, söz konusu alanlardaki her türlü değişimi büyük bir hızla neredeyse otomatik olarak kendi bünyesine de yansıtmakta, yayınlarıyla toplumdaki bu değişimi de etkilemektedir. Gazetecilik, 17. yüzyıldan itibaren neredeyse üç yüz yıl boyunca ticaret ve siyaset mecrasının en önemli iletişim aracı olarak işlev görürken, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında insanoğlunun gerçekleştirdiği büyük teknolojik gelişme sayesinde ilgi ve çalışma alanını yaygınlaştırmış, derinleştirmiştir. Gazeteci ya da gazete çalışanı sayısı artarken, enformasyon trafiğinde hem hız artmış, hem de alıcı-verici sayısı katlanmıştır. Bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak, çağımızda önemi daha da artan hız, hata riskini en aza indirme gerekliliği ve çalışma alanlarının artarak çeşitlenmesi sadece gazetecilikte değil tüm alanlarda uzmanlaşma zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Toplumsal gelişme ve değişmelere paralel olarak çalışma alanı büyüyen basın, zamanla daha sınırlı bir alanda daha bilgili olmayı gerektiren bir oluşum içine girmiştir.

Kuşkusuz, 17. yüzyılın okuruyla 21. yüzyılın okuru da çok farklıdır. Hayatın ve toplumun uğradığı tüm değişimler, toplumun bir parçası olan gazeteciliği ve gazetecileri kaçınılmaz olarak değiştirmiştir ve değiştirmeye devam etmektedir. Bugünün habercisi, uzman olsun ya da olmasın herhangi bir konuyu ele almaya, soruşturma, söyleşi, güncel olaylar üzerine haber ve röportaj yapmaya her zaman hazır olmalıdır.

A. UZMANLAŞMA KAVRAMI

Uzman sözcüğü, eski Türkçe'deki becerikli anlamına gelen 'uz', 'usta' kelimesinden türeyerek uz-man olarak dilimize girmiştir ve sözcük bilgili, becerikli, usta gibi nitelikleri tanımlamaktadır. Uzmanlık, özellikle Amerikan terminolojisinde, 'Kurbağaların sağ arka bacak tendonunun üçüncü lifi' gibi abartılı derecede sınırlı alanlarda derin bilgi gibi algılanmaktadır. Uzmanlaşmayı tanımlamak gerekirse; 'Özel olarak belirli bir alan üzerinde eğitim görerek ve deneyim kazanarak, özellikle bu dal ile ilgili bilgi ve beceri sahibi olma' olarak kabaca açıklanabilir. Uzman, kamu birimleri ve bilim dalları arasında öğrenim ve yetiştirilme koşulları açısından belirli bir alanda, belirli nitelikleri kazanmış kişi olarak tanımlanmaktadır.

Uzmanlaşma, bilimsel literatürde yer alan bir kavramdır ve gerçek bir uzmanlaşmadan söz edebilmek, 'uzman' statüsüne sahip olabilmek için gerekli eğitimi almak önemlidir. Türkiye'de uzmanlaşma, lisans ve yüksek lisans eğitiminin ardından üniversitelerde yapılan doktora ile mümkün olmaktadır. Ancak, belli bir konuda farklı eğitim kurumlarından alınan eğitimle ve/veya alan tecrübesiyle de uzmanlaşma sağlanmaktadır.

Dünyada küreselleşme olgusuyla birlikte ülkeler arasındaki sınırlar önemini kaybetmiş, tüketim ağırlıklı ekonomi yaygınlık kazanıp yerleştikçe, farklı ve yeni sektörlerin ortaya çıkması, yeni iş alanlarının açılmasıyla artık belirli genel dallarda eğitilmiş personel, nitelik ve nicelik olarak yetersiz kalmaya başlamıştır. 21. yüzyıl bilgi çağı ve uzmanlık çağıdır ve farklı alanlardaki başarı ve verimlilik, ancak uzmanların varlığı ile mümkün hale gelmiştir. Bundan beş asır önce bilim ve bilgi o kadar sınırlıydı ki, dönemin ünlü bilim adamları astronomi, matematik, hukuk, edebiyat gibi farklı alanların birkaçında çok ileri olabiliyorken, bilgi çağında insanlar çok ince ayrıntılar üzerinde uzmanlaşmaya başlamıştır. Örneğin tıp alanındaki mevcut uzmanlık alanlarının yanı sıra, vücudun en küçük parçası olan hücrelerin içindeki her bir protein üzerine

uzmanlaşmaya gidilmektedir. Uzman kişiden, işin her alanında genel olarak bilgi sahibi olması yerine, işin belirli bir yönünde ya da alt dalında tam donanımlı olması beklenmektedir. Uzmanlaşma çalışma sürecini hızlandırarak başarıyı arttırmakta, hem de hızın en büyük dezavantajlarının başında gelen hata yapma riskini en aza indirmektedir.

Uzmanlaşma sürecinde kişi, veri toplama ve bunları yorumlamada bilgi ve beceri sahibi olacağı için, işin kendisinden veya dışarıdan kaynaklanabilecek olası bir sorunu daha kolay çözecektir. “Uzmanlaşma hem kapitalist ülkelerde, hem de sosyalist ülkelerde iş başarısının artmasını sağlamaktadır”(76).

Bir kurumda uzmanların çalışması, farklı konularda ‘genel’ bilgili bir kişi yerine her bir konuda ayrı ayrı uzmanlaşmış, ‘özel’ bilgiyle donatılmış birden çok kişinin çalışması anlamına gelmektedir. Oysa bugün pek çok kurum, lisans üstü eğitim alarak zor yetişen uzmanları istihdam etmek yerine, bir işin birbirinden farklı bölümlerini mümkün olduğunca tek ve aynı elemana yaptırma yoluna gitmektedir.

B. UZMAN GAZETECİLİK KAVRAMI VE ORTAYA ÇIKIŞI

Özü, olay, olgu ve fikirleri yazı, ses ya da görüntü aracılığıyla kamuoyuna iletmek olan gazetecilik mesleğinde, bu iletimi, bu tercümeyi gerçekleştirmek giderek salt teknik bir işlem haline gelmektedir. Ancak ‘Gazeteci neyi, hangi içeriği sunacak?’ sorusu gündeme geldiğinde, çözüm olarak, gazeteciliği lisans düzeyinden çıkarıp, gazeteci adayının bir bazen iki konuda, hiç olmazsa lisans düzeyinde uzman olması önerilmektedir. Ülkemizdeki basılı ve elektronik medya, karışık konular içeren olayları toparlayarak bilgileri sentezleyen ve tüm okurların anlayabileceği şekilde yazan, adeta bir eksper gibi uzmanlaşmış

76) Alvin Toffler, Third Wave, Bantom Books, USA, 1990, ss.50

en az bir yabancı dili çok iyi bilen ve konuşan muhabirleri çalıştırmaya başlamıştır ancak; henüz arzu edilen sayıda değildir. “Örneğin, siyaset bilimleri mezunları, hukuk mezunları, tıp fakültesi mezunları, iktisadi ve idari bilimler fakültesi mezunları konularının da uzmanı kişiler olarak iletişim fakültesi öğrencilerinden daha rahat bir biçimde ve belki de bir adım önde medya kuruluşlarında göreve başlayabilmektedirler”(77). Gazetecinin her konuyu bilmesi gibi bir zorunluluk yoktur, bu mümkün de değildir. Temel konularda bilgi sahibi olmalı, üstüne bir veya birkaç dal seçerek o konularda yoğunlaşmalıdır. Halk beğenisinin çeşitlilik göstermesi nedeniyle gazeteci zaten, okurlarını hoşnut edebilmek için olabildiğince bilgi edinebileceği sınırlı bir alana yönelmektedir. Bir zamanlar yayın müdürleri kalıplaşmış uzmanlık alanları ile yetinirken günlük hayatın çevresinin gelişip değişmesi ve okurun ilgisini çekmek için girilen sıkı rekabetle uzmanlık alanları da çeşitlenmiştir. Ekonomi, politika, spor, polis adliye, savaş, magazin, din/kültür haberlerinin yanı sıra bilim, çevre, sağlık, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler vs. günlük haberler arasına girmiştir. Bundan on yıl önce ‘bilgi gazeteciliği’ diye bir kavram yokken, bugün bir çatı altında toplanacak kadar çok sayıda bilgi muhabiri vardır ve Bilgi Muhabirleri Derneği’ni kurmuşlardır.

Uzman gazetecilik, Batı’da 90’lı yılların ortalarından itibaren bir lisans dönemi konusu olmaktan çıkmaya başlamıştır. “İngiltere ve Fransa gibi batı ülkelerinde gazetecilik eğitimi bizdeki gibi lisans eğitimi olmaktan daha çok yüksek lisans düzeyinde gerçekleştiriliyordu. Bu da dilbilim, sosyoloji, ekonomi, tarih gibi farklı alanlarda üniversite eğitimi almış olanlara gazetecilik mesleğine girme yolunu açıyordu. Son yıllarda medya ve iletişimin artan önemine paralel olarak gazetecilik eğitiminin İngiltere’de de lisans programlarına dahil edildiğini görüyoruz”(78).

77) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=5296>, Erişim: 24.10.2005, Erkan Yüksel, İletişim Fakültelerine Bir Öneri

78) <https://www.insankaynaklari.com/ikdotnet/Default.aspx>, Erişim: 14.04.2005, Dilruba Çatalbaş, Medyada Eğitim: Ne, nerede?

Bugün gelişmiş ülkelerde politikada, kültür sanatta, uluslararası ilişkilerde, çevrede, bilimde vs. uzmanlaşmanın; çoğunlukla büyük gazetelerde, son derece geniş imkanlarla gerçekleşmiş olduğu bilinmektedir. Bununla birlikte, küçük gazeteler de uzmanlaşmaya hazırlanmak için uygun yerlerdir.

Türkiye’de ise belirli ana dallar dışında, basında keskin ve yaygın bir uzmanlaşma henüz tam anlamıyla gerçekleşmemiştir. AB sürecinin Türk medyası üzerinde arzu edilen dönüşümü gerçekleştirmesi beklenmektedir ki bunlardan bazıları; haber ile yorumun birbirinden kesin olarak ayrılması, okura bilgi vermenin en doğru yönü olan haber analize gidilmesi ki bu dönemde ‘uzman gazetecilik’, ‘düz gazeteciliğin’ önüne geçecektir. Açıkçası okur da olup biteni daha derinlemesine anlamak ve olgular arasında bağlantı kurabilmek için ek bilgi ve yorumlara ihtiyaç duymaktadır; beklentisi bu yöndedir. Bu da, konuyu derinlemesine bilen, sürekli izleyen, bilgi birikimine ve geniş bakış zenginliğine sahip uzmanlar tarafından yapıldığında daha da anlamlı olmaktadır. Dolayısıyla gazetenin ihtiyaç duyduğu ‘muhabir’ türü, belirli bir konuda uzmanlık sahibi kişidir. Uzman muhabirlerin haberler arasında bağlantılar kurarak, öngörüler ve olasılıklar üzerinde durarak yaptıkları analizler, okurları gerçek anlamda aydınlatmaktadır. Bir alana hakim olan, alanla ilgili haber kaynaklarıyla iyi ilişkiler kurmuş olan uzman muhabirler çok sayıda özel haber hazırlayabilmektedirler. Zaten haber müdürleri uzman muhabirlerden her gün belirli sayıda özel haber talep etmektedir. “Bugün Türkiye’de tüm gazeteler %90 aynı haberi yapmaktadır. Türkiye’de farklı ve özel haber yapma oranı % 10’dur” (79) diyen Takvim Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni İskender Baydar, habercilik başarısı olarak nitelenen özel haberlerin sayısının artmasının ancak uzman muhabirlere yatırım yapmakla mümkün olacağını vurgulamaktadır. Basın

79) Röportaj: Fulya Çimen, İskender Baydar İle Söyleşi, Köşe Yazarlığına İnanmıyorum, MediaCat, Yıl:14, Sayı:143, İstanbul, Aralık 2006, ss.18

sektörünün, gazete sahipleri dışında sermaye gruplarına açılmasıyla birlikte, bu yöneticiler yeni bir işbölümü ve organizasyon yapısı ortaya koymuşlardır. Yayın kuruluşlarının ölçekleri büyümüş olup; işbölümü ve uzmanlaşmada artış görülmektedir. Hürriyet Gazetesi'nin tarihini inceleyen Necati Zincirkıran, gazetenin kuruluşundan itibaren bünyesinde bulunan Tahsin Öztin'le ilgili şunları söylemektedir: “Tahsin Öztin, Babıali'ye gelmiş en komple gazetecilerden biriydi. Güzel Sanatlar Akademisi'nde okumuştı. İyi bir grafikerdi, emsalsiz bir teknik sekreterdi. Fotoğraf seçip kullanmayı, mizanpaj yapmayı, iyi başlık atmayı onun kadar bilen bir gazeteciyi ben meslek hayatımda görmedim desem yalan olmaz. Çalışkan, mütevazı, iddiasız, çabuk iş bitiren, hemen karar veren bir yazı işleri müdürüydü”(80). Oysa bugün, bu türden gazetecilik yapmanın gerekleri ortadan kalkmıştır. Medya endüstrisinde iş alanları çoğalmıştır ve bunların her biri için ayrı bir uzman istihdam etmenin daha akılcıl olduğu ortadadır.

“Geçmişte dar bir kadro ve mesleğin tüm aşamaları hakkında az çok fikir sahibi olan, eli her işe yatkın karizmatik meslek adamları tarafından icra edilen gazetecilik; eski kuşaklardaki kimi mesleki deformasyonlar bir yana bırakılacak olursa, artık yalnızca kendi sahasında uzman, çok derin bir bilgi dağarcığına sahip olması gerekmeyen genç ve yeni mesleki ideolojilerden biri olarak ayırt edilebilen teknisist bakış açısına sahip kuşaklar tarafından icra edilmektedir”(81). Bunun dışında, muhabirlikten gelmeyen, ama belirli bir konuyu ortalama bir gazete okurunun anlayabileceği yalınlıkta ifade edebilen uzman kişilerin yazılarının zaman zaman gazetelerde yer alması gereklidir ve gazeteyi zenginleştirmektedir. Ancak bu noktada, hem bu tür yazıların miktarının hem de bu tür yazılara ve yazarlarına verilecek adların doğru tespit edilmesi gerekmektedir. Örneğin, basınımızda çokça eski büyükelçi ve iktisatçı köşe yazarı vardır. Kendi alanlarında yetkin olan bu kişilerin, bilgi ve birikimlerini okurlara

80) Necati Zincirkıran, Hürriyet ve Simavi İmparatorluğu, Sabah Yazı Dizileri, İstanbul, 1994, ss. 19

81) Gülseren Adaklı, Türkiye'de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006, ss. 292

anlayabilecekleri şekilde nakledip naklemedikleri tartışma konusudur. ‘Bir gazetede haber dışında, haberin ötesinde yazılar yer alacaksa, bunlar uzmanlarca yazılan yazılar olmalıdır’ görüşü, her konuda yazan, asıl yaptığı bilgi vermek değil tavır önermek olan, ‘uzmanlık alanı hayat olan köşe yazarları’na karşı çıkmaktadır. Gazeteciliğin nesnellik, tarafsızlık, doğruluk gibi geleneksel etik kodlarına göre yapılan habercilik, 1980 sonrası ortaya çıkan egemen vizyona uymadığı için, serbest yorumlarla belirli konularda taraf olan köşe yazarlığı ve köşe yazarları, gazete sütunlarında daha fazla yer almaya başlamıştır. Televizyonun yazılı basın mensubunu geç kalmaya mahkum etmesi, haberi veremeyen, haberi vermede devamlı geç kalan gazetecinin yoruma kayması, bu sayının çoğalma nedenlerinden biridir. Öte yandan “sadece Türkiye’de değil dünyanın başka yerlerinde toplumun gittikçe daha fazla küçük beğeni gruplarına ayrılmasına paralel olarak uzman köşe yazarları ortaya çıkıyor. Bir tanesi salt bahçecilik üzerine yazıyor. Bir tanesi salt zayıflamak üzerine yazıyor. Bu türden uzmanlıklar önem kazanıyor”(82).

Öte yandan ülkemizde Cumhuriyetle birlikte gelişen fıkra yazarlığı yerini zamanla köşe yazarlığına bırakmıştır ve bugün Türk medyasında çok az sayıda fıkra yazarı vardır. Kademe kademe, gazetecilik dışı değerleri ve bir alandaki büyük başarıları sebebiyle (Refik Halit, Peyami Safa, Yakup Kadri Karaosmanoğlu örneklerindeki gibi) köşe yazarlığına geline dönem ise çoktan kapanmıştır ve bugün köşe yazarlığı bir terfi kademesi hatta genel yayın müdürlüğünden sonra gelen bir emeklilik gibi olmuştur. Özellikle ABD’de, çeşitli yazılı ve görüntülü basın kuruluşlarında çalışan sunucuların, alan muhabirlerinin genellikle orta yaşın üzerinde olduklarını görmekteyiz. Kıyasıya yaşanan haber rekabeti, deneyimi ve birikimi ortaya çıkarırken, Türkiye’de durum tam tersidir. Belli bir yaşın üzerinde muhabir görmek neredeyse mümkün değildir. İyi muhabirler zamanla editör, röportajcı gibi özel alanlara terfi etmektedirler.

82) Röp: İsmail Sağıroğlu, Haluk Şahin ile Söyleşi, Marks bugün yaşasaydı bilginin paylaşılması için mücadele ederdi , Akademi İletişim, Yıl:1, Sayı:4, İstanbul, 2006, ss. 67

Uzman habercilik, giderek artan bir önemle bir gazetecinin mesleki kariyeri ile ilgili gelecek planlamasında yer almaya başlamıştır. Ancak habercilerin uzmanlaşmanın artacağına yönelik inançları zayıftır. “Temmuz 2004’de Ankara’da yaygın medyada görev yapan 120 muhabirle (40 gazete, 40 TV, 40 ajans çalışanı) yapılan ankette muhabirlere 10 önerme sunularak bunlara katılım dereceleri istenmiştir. Önermelerden biri: ‘Uzmanlaşma artacak’ şeklindedir. Diğer önermeler ise, ‘mevcut yapı sürececek, popüler gazetecilik artacak, çalışma koşulları kötüleşecek, iş güvencesi azalacak, haber kalitesi düşecek, tekelleşme artacak, iletişim fakülteliler iş bulamayacak, çalışanlar lehine düzelme olacak ve ücretlerde denge gözetilecek’ tir. Araştırma sonunda, tekelleşmenin olumsuz sonuçlarının muhabirler tarafından kabul edildiği görülmüştür. Öte yandan, iletişim fakültesi mezunlarının iş bulamayacağını ifade etmişlerdir. Özellikle uzmanlaşma süreciyle birlikte, örneğin ekonomi mezunlarının iletişim fakültesi çıkışlılardan daha şanslı olduğu düşünülmektedir. Muhabirler, var olan medya düzeninin süreceğine, olumluya doğru bir gidişin olmayacağına inanmaktadırlar. Buna göre, iş güvencelerinin azalacağı, çalışma koşullarının kötüleşeceği, habercilik açısından popülerleşmenin artarak haber kalitesinin düşeceği düşünülmektedir. Ayrıca, haber seçiminde muhabirlerin özgür olmadıkları, yayın organının sahip ve yöneticilerinin, muhabirleri haber üretimi ve yazımı sürecinde etkiledikleri ancak baskı yapmadıkları ortaya çıkmıştır”(83).

Haberciliğin belirli alanlardaki karmaşık yapısının, bir konuyu derinlemesine analiz edebilen ve bunu konuyu hiç anlamayan okura açıklayabilen habercileri gerektirdiği aşikardır. “Scripps Howard Company’nin bir araştırması, küçük ya da büyük ölçekli gazetelerin editörlerinin yetenekli, liberal sanatlar konusunda iyi bir birikime sahip, aynı zamanda muhasebe, bilgisayar,

83) <http://www.milef.com/dosyalar/medya.pdf>, Erişim: 29.09.2006, Ömer Özer, Medya Alanında Tekelleşme:Ankara’daki Muhabirlerin Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, 23- 25 Kasım 2005

yönetim ve pazarlama konularında eğitilmiş mezunlar aradıklarını ortaya koymaktadır”(84). “Platin Dergisi Yazı İşleri Müdürü Nurtan Yalçın Erüs 750 insankaynaklari.com kullanıcısının katılımıyla gerçekleşen ‘Medyada Kariyer’ araştırmasının sonuçlarını yorumlarken, medya sektöründe tatminkar ücretlerin ancak uzmanlaşma ve çağdaş insan kaynakları süreçlerinin yönetimler tarafından uygulanmasıyla mümkün olacağını ve uzmanlık yerleşip, standartlar belirlendikçe yönetici çalışan arasında başka hiçbir sektörde olmayan uçurumların da makul ölçülere geleceğine işaret etmektedir”(85).

Zira çok zor yetişen ve pahalıya mal olan uzman gazeteciler, çalıştıkları gazetelerden diğerlerine hızla transfer olabildiğinden, gazeteler açısından bu ‘boşa giden zaman ve para’ anlamına gelmektedir zira bu tür transferlere sıkça rastlanmaktadır. Uzman muhabirler çoğaldıkça, bu durum da ters orantılı olarak azalacaktır. Yöneticiler renk ayrımı makinelerine, çeşitli cihazlara, baskı makinelerine vs. yapılan yatırımları, kağıda veya haberleşmeye zam geldiğinde bunları karşılarken, iş basın mensubuna geldiğinde bunu yerine getirmekte kararsızlık yaşamaktadırlar. İşin en ilginç tarafı bu çok pahalı cihazların başına ‘Ucuz olsun’ diye, stajını yeni bitirmiş elemanları getirmektedirler. “Tirajı yükseltmek mecburiyetinde olan gazetelerin, insana yatırım yapmanın mecburiyetini duyması kaçınılmaz oluyor. Er veya geç, uzman gazetecilerin her sahada yetişmesi için, kasaların ardına kadar açılması döneminin yeniden yaşanacağı sanılıyor. Medya alanında, harcanan bunca para ve reklam pastasının 1.5 milyar doları aşmaya hazırlandığı bir dönemde, ‘insana yatırım’, daha doğrusu”(86).

84) M.L. Stein, Getting and the Writing the News a Quite to Reporting, California State University, Longman Series in Public Communication, New York-London, 1985, ss.175

85) <http://www.insankaynaklari.com/CN/ContentBody004.asp?BodyID=2743>, Erişim: 17.10.2006, Medyada Ücret ve Terfi Olanakları

86) http://www.ortadogugazetesi.net/haber_d.asp?haber=4886, Erişim: 14.02.2006, Kenan Akın, Medyada İnsana Yatırım

Öte yandan gazeteciler değişen koşullara ve toplumsal yapıya duyarlı olmak, gelişmeleri yakından takip etmek, mesleğin değişen teknolojik özelliklerine hızla uyum sağlamak zorundadırlar. Gerçekten de bugünün koşullarında yapılan gazetecilik ile yaklaşık on beş yıl ve öncesinin koşullarında yapılan gazetecilik arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. “Geleneksel gazetecilik yerini teknoloji ve uzmanlık ağırlıklı, ayrıca sınırlar ötesi bir gazeteciliğe bırakmıştır. Meslekte görülen bu değişikliği Oya Tokgöz şu saptamalarla özetlemektedir:

“Gazetecilikteki değişikliğin nedenini toplumbilimlerdeki değişmelere bağlamak işin en kestirme yanı oluyor. Aslında gazetecilikte görülen değişiklikleri dört ana başlık altında toplamak gerekiyor:

1. Haber kaynakları bakımından değişiklikler görülüyor. Eskiden tek kaynak kullanılarak haber yazılabılırdi, bugün çok haber kaynağı kullanmak hemen hemen zorunlu ama sonunda ancak bir haber ortaya çıkabiliyor.
2. Eskiden habere konu olan düşünce genelde tek bir devlet dairesinden kaynaklanabiliirdi, yani tek bir haber kaynağı vardı. Günümüzde ise haber kaynağı, çoğu kez bilgisayarda açılmış bir dosya olabiliyor.
3. Eskiden muhabirin uzmanlarla konuşabilecek kadar bilgili olması haber yapması için yeterliydi. Artık muhabirin kendisinin haber yapmak için uzman olması gerekiyor.
4. Eskiden gazetecilik, her şeyden az çok malumat sahibi olunan bir meslek olarak kabul edilirdi. Şimdi ise pek çok diğer meslekle uzmanlık yönünden aşık atıyor” (87).

Habercilikte uzmanlaşmaya doğru gidilen bir trend söz konusu iken, öte yandan gazetecilik mesleğinde ‘polyvalent’ olarak tabir edilen çok

87) im.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130844554.pdf, Murat Vural, Embedded – İliştirilmiş Gazeteciliğin Etik Çerçeve Değerlendirilmesi , Anadolu Üniversitesi Dergisi, ss.39

yönlülüğün, geleceğin gazetecisinde aranacak en önemli niteliklerden biri olacağı iddia edilmektedir. “28 Kasım 2005 tarihinde İstanbul Üniversitesi Rektörlük Binası Bilim ve Sanat Merkezi’nde yapılan ‘Radyo Televizyon Sinema Sektörünün Dünyü, Bugünü, Yarını’ başlıklı panelde konuşan, anılan tarihte Doğan Yayın Holding Başkan Yardımcısı görevini yürüten Nuri Çolakoğlu, teknolojinin çok hızlı değiştiğini belirterek, “Geleceğin medyasını çok yönlü muhabirler oluşturacak. Her şeyden biraz anlayan muhabirler olacak”(88) demektedir. Fransa'nın önde gelen gazetecilik okullarından Fransa Basın Enstitüsü'nde (L'Institut Français de Presse) medya sosyolojisi alanında görev yapan Prof. Rommy Rieffel “Gazeteciliğin gidişatı ile ilgili olarak değişik tipte bir gazeteciliğin ortaya çıktığını, bir yandan uzmanlaşmaya gidildiğini diğer yandan birçok konuda gazetecilik yapan, her türlü haberi yapan ya da haberin hazırlanmasının birçok aşamasında çalışan gazeteci tipine rastlandığını söyleyerek, film çeken, montaj yapan, yorum yapan, televizyon yada radyoya çıkan, bir çok değişik alanda çalışan”(89) gazetecilerden söz etmektedir. Hohenheim Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Claudia Mast, gazetecilik eğitimi konulu son kitabında, uzun süreli gazetecilikte uzmanlaşma sürecinden sonra bile, uzmanlaşma karşıtı bir trende doğru gidildiğini ifade ederek “Bir kültür sanat muhabiri, sadece bale performanslarıyla ilgili eleştiri yazısı yazmıyor. Medya, ondan gazeteciliğe dair profesyonel bilgiyle, hedef kitlesine nasıl ulaşması gerektiğini bilmesini istiyor. Hedef kitlenin tam ve doğru bilgisi, belli bir konuda uzman olmaktan çok daha önemli”(90) demektedir. BusinessWeek’den Stephen Baker , klasik muhabirlerin döneminin kapandığına işaret ederek onlar yerine haber odalarında çoklu ortam gazetecilerinin görüleceğini söylemektedir. Baker “Sıradan kişilerden ve uzmanlardan gerekli bilgileri nasıl toplayacaklarını bilen bu haberciler elde ettikleri unsurları

88) <http://www.istanbul.edu.tr/iuha/index.php?tm=8&sahty pa=habaroka&habarno>, Erişim: 30.11.2005

89) www.ozgurpolitika.org/2002/08/01/hab39.html-21k

90) <http://www.ejc.nl/pdf/pub/jt.pdf>, Erişim: 01.03.2005, A general or specialist training,

Ingeborg Hilgert, European Journalism Training in Transition the inside view, edit. Jan Bieroff-Mogens Schmidt, European Journalism Center, Maastricht, 1997, ss.28

da çeşitli ortamlarda yeni gazetecilik ürünleri biçiminde sunacaklar. Girişimci ruhlu olacak ve kendi markalarını oluşturacaklar”(91)demektedir. Daha bugünden ajans gazetecilerinde bulunan ya da bulunması gereken çok yönlülük, çalışma sahasında mobilite ve rotasyon sayesinde edinilmektedir. Olayların hızlı gelişimi, haberciye, daha kısa bir sürede olayın içinde olmaya zorlamaktadır. Haberci, gün boyunca radyo ve televizyonların verdiği haberlerin ayrıntısını olay yerinde, olay kahramanlarından öğrenip haberini, yazmaktadır. Haberciye, canlı, taze ve yeni tutmanın önemli bir yöntemi rotasyondur. Gazeteciler, gazetenin çeşitli bölümlerinde görev yaparak uzmanlıkla çok yönlülük arasındaki dengeyi kurmaya çalışmaktadırlar. Batı’da bugün hiçbir habercinin, üç yıldan fazla aynı başkentte kalamadığı bilinmektedir. Ancak uzmanlaşmanın getirebileceği deformasyonları önlemek adına önerilen rotasyon uygulaması bazı sıkıntılara yol açmaktadır. “Haber kaynakları ile ilişkiler yüzünden işini kaybeden gazeteci sayısı ABD’de azımsanmayacak kadar çoktur”(92). Özellikle ‘atlatma’ diye adlandırılan haberler genellikle bir alanda uzmanlaşmış muhabirlerce, kendilerine güvenilen kaynakları tarafından ortaya çıkarılmaktadır. Belli bir alanda uzmanlaşmış haberci, başka bir alana kaydırılmış olsa da, kendisinden başka bir alanla ilgili haber beklense de, kendi alanıyla ilgili her türlü gelişmeyi izlemeli ve kendini sürekli bilgilendirmelidir. İslam Çupı ‘Hey Gidi İstanbul’ adlı kitabında uzmanlaşmanın handikaplarına değinerek, "Gazetecilikte ihtisaslaşma da yoktur branş da. Bunlar, aynı insanların aynı olaylara baka baka körleşmesi demektir. Sonunda gazetecinin aynı numaralara aynı sorularla telefon etmesi, günler, aylar boyu saha denen hapishanenin içinde tutsak numaralara aynı sorularla telefon etmesi, günler, aylar boyu saha denen hapishanenin içinde tutsak kalması, onun yaratıcılığına yeni pencereler açmaz"(93) demektedir. Haberci uzmanlaşırken, gazetecilik refleksini kaybetmemeli, kendisinden sadece uzmanı olduğu ya da

91) <http://kadmon.blogspot.com/atom.xml>, Erişim: 05.08.2005, Yeni Medya Yeni Dünya, Gelişim Platformu Seminer Notları 2

92) Zeynep Alemdar, Oyunun Kuralı Basında Özdenetim, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990, ss. 39

93) www.turkfutbolu.net/yayinlar/hakan_dilek/islam_cupi.html-12k, Erişim: 06.02.2004, Hakan Dilek’in Kaleminden Ünlü Fenerbahçeliler, 1. Bölüm , İslam Çupı

uzmanlaştığı alanla ilgili haber yapması beklenilse de, küçük ya da büyük herhangi bir haberin yanından geçip gitmesine izin vermemelidir.

Zira iletişim sektöründeki olağanüstü hız ve teknik kalite, demokratikleşmeye hizmet ederken, gazeteci için artık en önemli ve en acil etkinlik, habere ulaşmak değildir. Özellikle internetin yaygınlaşması sayesinde artık giderek artan sayıda yurttaş, 24 saat boyunca, bulunduğu herhangi bir mekanda modemli bilgisayar sayesinde neredeyse istediği her türden bilgiye ulaşabilmektedir. Günlük gazetelerin yanı sıra, işyerlerinde, evlerinde aktif olarak bilgisayar kullanan kişiler, gerek geleneksel yazılı ve görüntülü medya kuruluşlarının internete dayalı hizmetlerine, gerekse net üzerinden yayın yapan gazete ve haber portallarına yönelmektedirler. “Kamu yararını gözeten Carnegie Corporation adlı vakfın hazırladığı bir rapora göre, 18 ile 34 yaşları arasındaki okurların yüzde 44’ü günlük haber ihtiyacını günde en az bir defa internete girerek karşılamaktadırlar. Rupert Murdoch, ABD Gazete Editörleri Derneği’nin yıllık toplantısında yaptığı konuşmada, internet haberciliğinin her geçen gün okur ve reklam pastasından daha fazla faydalanmasının tehlikesine işaret ederek gazetelerin rekabet edebilmek için yeni yollar bulması gerektiğini söylemektedir. İnternet haberciliği 1990’ lı yıllarda başladığında Rupert Murdoch bu teknolojiye mesafeli yaklaşmıştı. Murdoch o yıllarda bu teknolojinin yazılı basında sınırlı oranda kullanılacağını öngörmüş ve bir tehlike olarak görmemişti. İnsanlar güne kahve ve gazeteyle başlıyorken gelecekte insanlar artık güne kahve ve internet sayfalarını ‘tık’layarak başlayacaklar”(94) demiştir.

1993’de gelişmeye başlayan World Wide Web ile internet, iletişim araçları içinde en hızlı büyüyen, gelişen yaygınlaşan ve kısa sürede tüm ülkeleri kapsayan bir niteliğe bürünmüştür. Bu gelişme sonucunda “Günümüzde internetin oluşturduğu iletişim sektöründe 1,2 milyon insan çalışmaktadır ve internet

94) <http://teknoloji.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1122>, Erişim: 08.03.2006, Okur ve reklam internete kayıyor

endüstrisi 300 milyar dolarlık bir ekonomi oluşturmaktadır. Bugün 6.5 milyar insanın yaşadığı dünyada, internet kullanıcı sayısı 1 milyar sınırına yaklaşmıştır. Türkiye’de ise 2000 yılı sonunda 2 milyon olan internet kullanıcı sayısı, son 4.5 yılda yüzde 263.5 ile, yüzde 160 olan dünya ortalamasının üzerinde artmıştır ve 7 milyon 270 bin internet kullanıcısının olduğu hesaplanmaktadır” (95).

İnternet medyasının başlangıcını, yazılı basın, sayfalarını İnternet’e aktarması oluşturmaktadır. “1995’te, New York Times, The Washington Times gibi gazetelerin yayınlarını birebir internete aktarmaları, bunun başlangıcı sayılmaktadır. Yine aynı yıl Avrupa’da da International Herald Tribune ve Daily Mirror gibi gazeteler sayfalarını internete açmıştır. Türkiye’de de internet yayınları Amerika ve Avrupa’dan bir yıl sonra, Zaman Gazetesi’nin sayfalarını sanal aleme açmasıyla başlamıştır. Bu sitelerin yayınlarını sadece o günkü gazetede çıkan haberlerin internete aktarılması oluşturmaktaydı. Yine aynı yıl ülkemizde yayına başlayan ‘XN’ (www.xn.com.tr) sitesi, değişik gazetelerden, kaynak belirterek, yayınlanmaya başlamıştır. Bu ilk başta ilgi toplamıştır, ancak 1997’de büyük gazetelerin hemen tümünün birer Web adresine sahip olmasıyla birlikte XN tek olma özelliğini kaybederek çok geçmeden yayınına son vermek zorunda kalmıştır”(96). İnternetin Türkiye’de yaygınlaşmasıyla birlikte ‘internethaber’, ‘nethaber’ ve ‘habertürk’ gibi bağımsız haber siteleri ortaya çıkmıştır. Ülkemizde yaşanan internet medyasındaki patlama boyutundaki gelişimin nedeni, gazeteci kıyımının yaşandığı dönemde, işten çıkartılan ve iş bulamayan gazetecilerin yeni bir mecra olarak interneti görmeleridir.

İnternet teknolojisinin hızla gelişmesi, gazetelerin sayfalarını internete

95) <http://inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.doc>, Erişim: 21.03.2006, Halil İbrahim

Gürcan- Çiğdem Batu, İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve Gazetecilikte Değişen Roller

96) <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php?tm=4&sahypa=habaroka&haberno=628>, Erişim:

13.03.2006, Yusuf Karaoğlu, Televizyon radyoyu bitirmede internet de gazeteyi bitirmeyecek

açmaları ve pek çok bağımsız haber sitesinin yayına başlamasıyla, ileriye yönelik birçok varsayımda bulunmaktadır. Bunların en başında gelen iddia, yazılı basının biteceği ve yerini internet medyasına bırakacağıdır. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara, kağıda basılı gazetelerin bir süre sonra ortadan kalkacağını ancak bu sürecin ne zaman gerçekleşeceğini bilmemektedir. Hakan Kara “İnternet Türkiye’de 12 yaşındadır ilk internet gazetesi XN’nin yayınlanmasının üzerinden henüz 10 yıl geçmiştir.Dolayısıyla kağıt kültüründen kopuş gerçekleşmemiştir”(97). Radikal Gazetesi Bilgi Teknolojileri Editörü Yazarı M. Serdar Kuzuluoğlu, internetin yazılı basını bitireceği iddiasının ‘televizyonun radyoyu ortadan kaldıracağı’ iddiasına benzediğini ifade ederek “Bunlar aslında birbiriyle çok bağlantılı şeyler değil. İnternet genel olarak gündemi yakalamak için kullanılıyor. Ayrıca İnternet medyası zaten genel olarak gazeteler, televizyon kanalları ve ajanslardan besleniyor. Bu ayrımlar yapıldığında ben çok uzun vadede bile, hani öldürme anlamında bir şey olacağını sanmıyorum” demektedir. ‘İnternet Haber’ sitesi Genel Yayın Yönetmeni Mehmet Şimşek ise yazılı basının İnternet’e yenik düşeceği iddiasını haber siteleri sahipleri tarafından ortaya atılan aşırı iyimser bir iddia olarak görerek Türkiye’de veya dünyada yazılı basının biteceğine hiçbir zaman inanmadığını belirtmektedir. Herkesin kendi mecrasında yayınlarına devam edeceğine değinen Şimşek, “Ben, insanoğlu var olduğu sürece yazılı basının bir şekilde yaşayacağını düşünüyorum, ama şu an hayal bile edemeyeceğimiz değişik biçimlerle. Bu açıdan bakıldığında konvansiyonel basın da kendine pozisyon alacak. Ama gözü de hep internet haberciliğinin kat ettiği aşamalarda olacak ve baş döndürücü bu teknolojinin gelişmesi yazılı basının kendisine çekidüzen vermesini sağlayacak” (98)demektedir.

TNS PİAR tarafından, Türk toplumunun bireysel, sosyal, kültürel,

97) Hakan Kara, Cumhuriyet Gazetesi, Haber Müdürü, 18 Mart 2006 tarihli mülakat, İstanbul

98) <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php?tm=4&sahypa=habaroka&haberno=628>, Erişim: 13.03.2006, Yusuf Karaoğlu, Televizyon radyoyu bitirmede İnternet de gazeteyi bitirmeyecek

ekonomik davranış biçimlerini, değer yargılarını ve tüketim kalıplarını incelemek ve yıllar itibariyle değişimleri izlemek (2001 ve 2005 yılları kıyaslanarak) amacıyla, Eylül/ Ekim 2005 tarihlerinde, 24 ilde 15 yaş ve üstü 2066 denekle yüz yüze anket yöntemiyle yapılan araştırma, haberleri okumak için internete girme oranı 2001 yılında %7 iken bu oranın 3 kat artarak, 2005 yılında % 21' e ulaştığını ortaya koymaktadır. “İnternet, günümüzde pek çok türden içeriğin taşınmasında/ dağıtımında da merkezi bir rol oynamaya başlamıştır. İnternet üzerinden radyo, film ve kitap dağıtımı gerçekleştirilebilmektedir ve mevcut dağıtım sistemleri için belirli bir risk barındırmaktadır”(99). Anlaşılabacağı üzere internet sadece yazılı ve görüntülü basın için bir tehlike oluşturmamaktadır. İnternet gazeteciliğinin kazandığı ivme, batıdaki Gazetecilik Okullarını, eğitim programlarına ‘İnternet Gazeteciliği’ dersleri koymaya hatta temelden değiştirmeye zorlamaktadır. Bir kısım Amerikan Gazetecilik Okulu, sunuş biçiminin mesajı da içereceği görüşüyle, öğrencileri giderek internete dayalı beceriler gerektiren bir gazetecilik eğitime yönlendirirken, bazı Amerikan Okulları ve gelenekçi öğretim üyeleri de yeni gelişmelere ayak direyerek teknolojinin hızla değiştiğini, aslonanın gazeteciliğin temel ilkelerine sahip olmak olduğunu öne sürmektedirler. Bugün gazetecilik okullarının kafasındaki en önemli konuların başında, internetin getirdiği olanaklar ve onun yanında doğurabileceği tehditler gelmektedir. İnternet, gazetecilik mesleğinin tanımını yeniden yapmaktadır. İnternet gazeteciliği giderek aşırı bir uzmanlaşma sonunda her konu için ayrı bir gazetecilik dalı halinde mi olacak? Örneğin ekonomik olaylar için ayrı bir internet gazetesi, spor için ayrı bir internet gazetesi mi olacak? Sonuçları ne olursa olsun, bir taraftan gazetecilik okulları yeni internet gazeteciliği derslerini uygulamaya koyarken, diğer taraftan da tartışmalar sürmektedir. ‘İnternet gazeteciliği’ ülkemizdeki bazı iletişim fakültelerinin eğitim öğretim programlarına da girmeye başlamıştır.

99) Gülseren Adaklı, Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006,ss.60

İnternet gazeteciliği, geleneksel basın ve TV gazeteciliğinden farklılıklar arz etmektedir. İnternet haberciliğinin anında yayın yapabilme ve multi-medya temeline dayalı bir yaklaşımı kullanabilme olanağına sahiptir. Haberler sınıflandırılıp veri bankaları yoluyla isteyene ulaşmakta, internette araştırma yapabilme olanağı ve haber, analiz, yorumları anında arşive kaldırma ve dosyalama olanağı bulunmaktadır.

Zira geleneksel basın organlarında çalışan gazetecinin, internet gazetelerine de yönelen okurlara hizmet edebilmesi için, haberin dışında, ötesinde bir iş yapması gerekmektedir. O da, ‘haberi işlemek’ tir ki bu da, gün boyu haber bombardımanı altındaki yurttaşa, ihtiyacı olan bilgileri ayıklayıp seçerek bunların gerçek anlamını, yani perde arkasını sunmaktır. Bu sunuş, mesleki gelenek ve ilkeler çerçevesinde olmalıdır. Batı’da her ciddi kurumun kendisine ait bir ‘style book’, yani işin o kurumda hangi ilkeler çerçevesinde hangi biçimde yapılacağını anlatan bir el kitabı vardır. BBC’ ye muhabir olarak giren biri, orada nasıl haber yazması gerektiğini öğrenmektedir. Örneğin, kişiye ‘güzel kadın’ ifadesini kullanamayacağı çünkü güzelliğin subjektif olduğu, herkese göre değiştiği anlatılmaktadır. Ülkemizde de benzeri uygulamalar söz konusudur. Zaman Gazetesi’nde göreve başlayan muhabirlere ‘Haber Kılavuzu’ verilmektedir. Sadece yapılması gerekenler değil yapılmaması gerekenler de kesin kurallara bağlanmıştır. Anglosakson geleneğinde bunu net olarak görmek mümkündür. Örneğin, The New York Times gibi büyük gazetelerin, artık çalıştırdıkları uzman gazetecilerin, parası şirketler tarafından ödenen panellere katılmasına bile izin vermedikleri bilinmektedir. Oysa Türkiye’de gazeteciler siyasi partilerin panellerinde dahi boy göstermektedirler.

‘İnternet Gazeteciliği’ gazetecilikteki ihtisas türlerinden biridir ve şu ana kadar değindiğimiz, konuya yönelik habercilik türlerinin aksine, habercinin görev yaptığı mecraya işaret etmektedir. Geleceğin habercisinde olması gereken özelliklerden biri ise, bir haberi farklı medyalarda yayınlanacak şekilde hazırlayabilmesi ve hatta sunabilmesidir.

Daha önce de ifade edildiği üzere, bir alanda uzmanlaşmanın çeşitli yolları vardır. Bir gazetede göreve başlarken haberciye her alana bakacağı söylene bile, bazı öyküleri yayına hazırlarken bilim, eğitim gibi özel alanlara ilişkin bilgiler gerekmektedir. Haberci gönüllü olarak, özel bir ilgiyle belirli alanlara yöneldiğinde uzmanlaşmak için ilk adım atılmış olacaktır. Haberci akademik anlamda bir gazetecilik eğitimi almış olsa bile, gazetecilik yaparken öğrenilmektedir. Bazı gazetelerde, belli alanlara yönelik kurum içi eğitim verilmektedir. Bazı alanlara yönelik kurum dışında düzenlenen sertifika programları da, uzmanlaşmaya giden yollardan biridir. Son yıllarda dış basındaki muhabirlerin, özellikle iş yönetimi, politika, ekonomi, sosyoloji, psikoloji gibi alanlarda üniversitelerin yüksek lisans ve doktora programlarına katılarak uzmanlaşma süreçlerine akademik bir altyapı oluşturdukları bilinmektedir. “Amerika Birleşik Devletleri’nin çeşitli eyaletlerindeki medya kuruluşlarında çalışan belirli sayıdaki gazeteciye Michigan Üniversitesi her yıl burs vermektedir. Bu gazeteciler, bu süre içinde işlerinden izinli sayılarak kendilerinin belirlediği konularda haftada iki kez düzenlenecek seminerlere katılmaktadırlar. ‘Gazeteciliğin kalitesini geliştirmek ve yükseltmek’ amacını taşıyan ve her yıl on iki gazeteciye tanınan meslek içi eğitim seminerlerine katılan basın mensuplarının her biri, çeşitli vakıfların, haber kuruluşlarının ve bireylerin yaptığı bağışların toplandığı fondan yıllık 45 bin dolar gelire de hak kazanmaktadır. Michigan Üniversitesi, yine çeşitli uluslardan altı gazeteciye de her yıl meslek içi eğitim hakkı vermektedir”(100). Akademik anlamda bir eğitimden geçme, kurum içi- kurum dışı kurslara, sertifika programlarına katılma, burs kazanma şansı ve olanağı olmayan haberciler ise, kişisel ilgi ve çabaları sonucu belirli bir alanda uzmanlaşmaktadırlar.

C. UZMANLIK ALANLARI

Türkiye’de ekonomi, politika, spor ve magazin dallarında uzmanlaşma

100) http://www.medyakronik.com/arsiv/netdunya_180501.htm, Erişim: 18.10.2005, Ceylan Özenergin, Biri Fransızları da Gözetliyor

sağlanmıştır. Çünkü bu dallar, tarihi süreç içerisinde uzun bir geçmişe sahiptir. Magazin ise, 80’li yıllardan sonra hızlı bir ilerleme kaydetmiş, buna paralel olarak haber kaynakları da özel televizyonlarının yaygınlaşmasıyla birlikte hızla çoğalmış ve çeşitlenmiştir. Ancak kültür sanat, eğitim, sağlık, bilim ve teknoloji, çevre gibi alanlarda Türkiye’de uzmanlaşma tam olarak sağlanmamıştır. Habercilikte hız ve mükemmelliğe ulaşılabilme adına uzmanlaşma son derece önem arz etmektedir.

Haberlerin, ekonomi, politika, kültür sanat haberleri gibi, kendi aralarında kategorize edilerek sunulması, haberlerin inşasında kullanılan stratejilerden biri olup olası sorunları içinde barındırmaktadır. “Kamusal bilgiyi bu tür parçalayarak yapılan haber sunumları, okuyucunun içinde yaşadığımız dünyaya, olgulara ilişkin olarak anlamlı ve bütünlüklü bir bakış geliştirmesini zorlaştırmaktadır”(101). Bu sınıflandırmanın kolay okunur olmak adına yapıldığı aşikardır. Ancak politika sayfasında yer alan bir haberin aslında ekonomik boyutları da vardır, ya da bizzatı ekonomikdir. Ancak haberler konularına göre tasnif edildiğinde dolayısıyla diğerlerinden yalıtıldığında, okurdan/izleyiciden haberi, yer aldığı sayfanın konu başlığı altında değerlendirmesi istenmektedir adeta. Dolayısıyla sorunların, içinde bulundukları kategoriler çerçevesinde çözümlenebileceği izlenimi yaratılmaktadır. Yani ekonomik sorunlar ekonomik kararlarla, politik sorunlar politik kararlarla, polisiye sorunlar polisiye önlemlerle çözümlenmelidir. Yazılı ve görüntülü basın kuruluşlarında çalışan, belirli bir alanda uzmanlaşmış muhabirlerden beklenen, olaylar ve olgular arasındaki tüm bağlantıları net bir biçimde ortaya koymaları dolayısıyla; okurların/izleyicilerin bütünsel bakış açılarını geliştirmelerine yardımcı olmaları, en azından ket vurmamalarıdır.

101) Çiler Dursun, Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek, Gazetecilik ve Habercilik, der: Sevdâ Alankuş, Habercinin El Kitabı Dizisi: 4, IPS İletişim Vakfı, İstanbul, 2003, ss. 75

1. POLİTİKA HABERCİLİĞİ

Genel bir ifadeyle; ülke, devlet ve insan yönetimi olarak tanımlanabilecek politika, yönetim, devlet, iktidar, otorite, çatışma ve uzlaşma gibi kavramları içeren ve bir arada yaşama durumunda toplumdan bireye tüm yaşamı kapsayarak etkileyen bir yönetim sistemi, bir yapılandırma.

Günümüzde siyaset ‘politainment’(eğlenceli siyaset/saiyasal eğlence) üzerinden yapılmakta olup, ülkemiz siyaseti de küreselleşme kapsamında ‘politainment’ etkisi altındadır. Tüketim ve hazcılık odaklı günümüz toplumsal koşullarının medyası da eğlence odaklıdır. Günümüzde medyadaki haber bültenleri ve haber programları diğer alanlarda olduğu gibi siyasette de eğlence ve dramatik unsurları kullanmakta yani magazinleştirmektedir. Bu kavram Alman bilim adamı Andreas Dörner’e aittir ve daha önceden kabul edilmiş olan ‘infotainment’ (eğlenceli haber/haberle eğlence) kavramı temel alınarak gündeme getirilmiştir. “Dörner, politainment’ı iki bağlamda ele almaktadır. Biri, siyasal aktörlerin eğlence kültürünün enstrümanlarına el atmasıyla yürütülen ‘eğlenceli siyaset’ ki bu siyasetin medya ve pazarlama tekniklerine kapılması ve bu sayede de siyasi güç kazanması ve bu gücü elinde tutması anlamına gelmektedir. Diğeriyse eğlence endüstrisinin, ürünlerini cazip ve ilgi çekici kılmak üzere siyasal figürleri, izlekleri ve hadiseleri malzeme olarak kullandığı ‘siyasal eğlence’. Bu süreçlerde ekonomik faktörlerin ön planda olduğu ve iki tarafın da birbirinden eşit şekilde faydalandığı gerçeği aşıkardır”(102). Politainment uygulamalarından ülkemizin de etkilendiği görülmektedir. Siyasi aktörler siyaseti ‘eğlence’ unsuruyla yapmakta; haber üreticileri ise yapılan siyaseti eğlence unsuru katarak inşa etmekte ve sunmaktadır. Geçmişte Turgut Özal’ın uygulamaları, günümüzde Recep Tayyip Erdoğan’ın attan düşüşü ve otobüs şoförlüğü denemesinde yaptığı kaza ‘politainment’ olgusuna örnek teşkil edebilir.

102) <http://us.geocities.com/siyasaleglence/index.html>, Erişim: 12.07.2006, Figen Algül, Günümüzde Siyasal İletişim ve Medyanın Buluşma Noktası: Politainment, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Radyo- TV Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004

Anlaşılaçağı üzere, küreselleşmenin etkisi ile ülkemiz siyaset yapısı da eğlence kültürünün etkisi altına girmiş, siyaset gerçek içeriğinden uzaklaşarak bir ‘show- business’ a dönüştürülmüştür.

Toplum ve medya sistemlerden etkilenecek ve onları etkileyerek dönüşen politikanın yeni görünümünden bahsettikten sonra politika muhabirliğine geldiğimizde bunu, ülke yönetimini ve uluslararası ilişkiler bağlamındaki işleri ve toplumu ilgilendiren her türlü durum ve faaliyeti haber olarak ele alıp işleyerek okura sunan uzmanlık alanı olarak tanımlayabiliriz. Politika muhabirliği kendi içinde parlamento muhabirliği, siyasi parti, bakanlık, başbakanlık, cumhurbaşkanlık muhabirliği, dış politika muhabirliği gibi alt dallara ayrılmaktadır. Parlamento Muhabirleri Derneği Başkanı Nuri Sefa Erdem, tüm habercilik alanlarında uzmanlaşmanın başlaması gerektiğini söyleyerek “Konusuna hakim bir gazeteci kamuoyunu veya gazeteciyi etkileyecek olan haberlere karşı çıkacaktır. Bu nedenle uzmanlaşma şarttır”(103) demektedir.

Gazeteler genelde politika haberleri ağırlıklıdır. Gazetelerin en önemli sayfası olan birinci sayfa haberlerinin büyük bir bölümü ve manşeti, genellikle politik haberlere ayrılmaktadır.

Haberin temel nitelikleri olan doğruluk, tarafsızlık, hız, tamlık, sorumluluk duygusu, yakınlık ve orijinallik prensipleri elbette politika haberleri için de geçerlidir. Ancak politika alanının özelliklerinden dolayı, politika haberleri ülkenin gündemini belirleme özelliği taşıdığı için bu haberler kaleme alınırken ‘Tarafsızlık’ ve ‘Doğruluk’ ilkelerinin, diğer haber türlerinde olması gerekenden çok daha fazla önem arz ettiği düşünülmektedir. Basın, yasama, yürütme ve yargı gücünün karşısında ‘dördüncü güç’ oluşturmaktadır. Basın, sahip olduğu bu gücün farkındalığıyla ve özenle, kamu yararını her türlü çıkarın üstünde tutarak hareket etmeli; rejimi demokrasi olan ülkelerde, muhabir aynı bilinçle, vatandaşları doğru bilgilendirerek katılımcı kılmalıdır.

103) <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php>, Erişim: 01.02.2004, Medyaya ‘çocuk aşısı’

Tarafsızlık olması gereken en önemli özelliklerden biri olarak zikredilirken, bütün ülkelerde, gazeteler, açıkça bir politik eğilime -ki bunun mutlaka bir parti olması gerekmemektedir- destek vermektedirler. Örneğin İngiltere’de ‘The Guardian’ işçi partisine yakındır. Almanya’da ‘Frankfurter Fundschau ve Suddeutsche Zeitung’ sola yakın liberal gazetelerdir. İspanya’daki ‘ABC’ sağ görüşlü bir gazetedir. Dolayısıyla gazeteler, bu eğilim doğrultusunda yayın politikalarını oluşturmakta, destekledikleri görüşe daha fazla önem verip bununla ilgili daha fazla yayın yapmaktadırlar.

Politika her gün yenilenen gündemiyle son derece hareketli bir alandır. İster gelişmekte olan isterse gelişmesi engellenmiş olarak nitelensin, bizim gibi ülkelerde politik sistem çok hareketlidir. Polemik ve tartışmalar, yolsuzluklar, istifalar ve değişiklikler her an olabilmektedir. Ülkelerin sosyo- kültürel yapıları birbirinden farklı olduğu için politika muhabirlerinin politik şahsiyetlere bakış açıları ve tavırları birbirinden farklıdır. “İngilizler, siyasetçilerin özel yaşamına dair skandallarla meşgul olurken, bu konu Fransız ya da İspanyolları çok az ilgilendirmektedir. İtalya’da gazeteciler, partilerden çok şahsiyetlere ağırlık vermektedirler. Aynı şekilde Latin zihniyetinde gücünü hala koruyan Katolik ahlakı, cinsel konularla fazla ilgilenilmemesi için uyarıda bulunmaktadır. Anglosakson ülkelerde ise tam tersi, aşırı utangaçlık kınanmaktadır”(104).

Ülkemizde gerçekleştirilen politika haberciliğinde, Ankara için cumhurbaşkanlığı, başbakanlık, bakanlıklar, Türkiye Büyük Millet Meclisi, siyasi partiler; diğer iller için siyasi parti merkezleri, valilik, bakanlıkların illerde bulunan müdürlükleri, belediye başkanlığı, belediye meclisi, il genel meclisi ve resmi daireler güncel haber kaynaklarını oluştururken, basın bültenleri, toplantıları ve açıklamaları, haftalık olağan görüşmeler, siyasi parti başkanlarının olağan toplantıları rutin haber kaynaklarıdır. Ayrıca politika muhabirinin kendi

104) Der: Jean- Marie Charon, Medya Dünyası, çev: Oya Tatlıpınar, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992, ss. 73

deneyimleri ve yetenekleri doğrultusunda araştırarak, vatandaşlarla, uzman kişilerle, politik çevrelerdeki isimlerle, sendika, dernek temsilcileri vs. ile görüşerek ortaya çıkarttığı konular da haber olmaktadır. Yurt içi politika habercilerini, vatandaşlar için çok önem taşıyan parlamentodan haber yapan, meclis koridorlarından, bakanlık bürolarından çıkmayarak, komisyonlarda neler olduğunu, servislerde neler hazırlandığını, gruplarda neler kararlaştırıldığını öğrenmeye çalışan parlamento muhabirleri ve siyasi parti faaliyetleri kapsamına giren, toplumu ilgilendiren her durum ve konuyu haber yapan siyasi parti muhabirleri olarak sınıflandırmak mümkündür. Bir parlamento muhabirinin Anayasa'yı ve Meclis İç Tüzüğü'nü, meclisin görev ve yetkilerini bilmesi, komisyonları ve karma komisyon çalışmalarının gündemlerini takip etmesi, milletvekillerini iyi tanınması gerekmektedir. Bir parti muhabiri de, parti mekanizmalarının kuruluş ve çalışma biçimleriyle geçmişlerini bilmeli, tüm partilerin başkanları ve önde gelen elemanlarını tanımalıdır.

Seçim haberleri de politika haberciliğinde çok önemlidir. Bu nedenle bir politika muhabirinin en önemli ve uzun süreli işleyebileceği tek konu, seçim haberleridir. Politikada ilk kural, devleti ve hükümeti idare edeceklerin öncelikle seçilmeleridir. Bu yüzden, basının hükümet ve devlet işleriyle ilk ilgisi seçimlerde başlamaktadır. Yerel yöneticilerin seçimlerini de bundan ayrı tutmamak gerekmektedir.

'Haber kaynakları' konu başlığı altında ifade edildiği üzere, ülkemizde 1980'lerin ortalarından itibaren, Özal'la birlikte yeni bir ilişki türü ortaya çıkmıştır. Gazeteciler politikacılarla iç içe yaşar hale gelmişlerdir. Genel yayın yönetmenleriyle gece yarısı yapılan özel telefon konuşmaları, birlikte yaşanan özel olaylar, yenilen yemekler Ankara'daki gazetecilerin önemini ortadan kaldırmıştır. Teşvikler, ithalat ve ihracatta kolaylıklar, kaynak aktarma mekanizmasında avantajlar elde etmek isteyen bazı gazete yöneticileri ve köşe yazarları Özal'ı başlangıçta eleştirirken, 1990'lı yıllarda yeni projelerinin tanıtımında önemli bir rol üstlenmişlerdir. Özal ve çevresiyle iyi ilişkiler kuran

basın grupları, büyük ölçekli teşvik belgeleriyle de genişleme stratejilerini hayata geçirmişlerdir.

Bir de dış politika muhabirliği vardır ki, bir ülkenin dış dünya ile ilişkilerinin tümü ilgi ve görev alanındadır. Uluslararası örgütler ve çok taraflı meseleler, bir dış politika muhabirinin haber konularıdır. Globalleşme süreciyle birlikte, ülkeler arası ilişkiler artarak yoğunlaşmış, siyasi, ekonomik ve toplumsal bağlar kuvvetlenmiştir. Öte yandan bilinen anlamda sınırlar kalkmıştır; artık bir devlet içinde meydana gelen herhangi bir olay, sadece o devletin iç işlerini etkilememekte, uluslararası bağlamda önem arz etmektedir. Bu bağlamda ‘dış politika ve dış politika muhabirliği’ ifadesi de anlamını yitirmektedir. Buna rağmen, gazetelerin görev tanımlamalarında ve gazete sayfalarında bu tanım kullanıldığı için, çalışma boyunca ‘dış politika muhabirliği’ ifadesi kullanılacaktır. Globalleşen dünyada bir ülkenin sorunu artık tüm ülkelerin sorunu haline gelmiştir. Savaşlar, buhranlar, istikrarsızlıklar, darbeler, kıtlıklar, yoksulluk, etnik köken, din ve ırk farklılığı nedeniyle çıkan anlaşmazlıklar, terörizm artık tüm dünyanın haberdar olmak istediği konulardır. Bu ve benzeri sorunları çözmek ve çeşitli alanlarda uluslararası işbirliği sağlamak amacıyla kurulan uluslararası örgütler de, bir dış politika muhabirinin haber kaynak ve konularını genişletmiştir.

Konu Türkiye açısından düşünüldüğünde, yine dış politika muhabirliğinin önemi ortaya çıkmaktadır. Türkiye, coğrafi konum ve doğal kaynaklar açısından dikkatleri üzerine çeken bir ülke olduğu kadar, Kıbrıs-Yunanistan, Balkanlar, Orta Doğu, Kafkaslar gibi ülkeler de, uluslararası ilişkiler açısından son derece hareketlidir. Ancak Türk medyası dünya ile ilgili haberlerinde Amerikan kaynaklarına bağımlı haldedir. Türkiye’de dış habercilik, yabancı gazete, dergi ve TV kanallarından haberlerin tercümesi yapılarak yürütülmektedir. Çünkü dünyanın en büyük haber üreticileri Amerikan haber üreticileridir. “...yalnızca Birleşik Amerika’daki haber ajanslarında haber ajanslarının geçtiği dış haberler, haftada 200 bin kelimeyi bulmaktadır. Bu haber

ajanslarının ve yayın organlarının kullandıkları dış muhabir sayısı, olağan durumlarda, 300 ile 400 arasındadır, bunalım dönemlerinde bunların sayısı , olay yerine gönderilenlerle 700'e çıkıyor”(105). Associated Press ajansı, bir zamanların United Press Ajansı, onun dışında CNN, 1991'deki Körfez Savaşı'nda görsel gazeteciliğin en etkili organı haline gelmiştir. Wall Street Journal başta olmak üzere The New York Times ve onun Avrupa'daki uzantısı olan International Herald Tribune gibi gazeteler daima Türk medyası tarafından da ciddiye alınmakta ve ana haber kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Zira dış habercilik çok pahalı bir habercilik türüdür. Bir ülkeden haber akışı sağlayabilmek için bir gazetenin ya da bir ajansın, en az bir yabancı dil bilen, oldukça kabiliyetli en az bir elemanı, teknik donanımıyla istenen ülkede istihdam etmesi gerekmektedir. Bütün dünya olmasa bile sıcak bölge veya noktalarda haberci bulundurmak, gelişen haberleri Türkiye'deki merkeze ulaştırmak oldukça pahalı bir sistemi gerektirmektedir. Ancak bu emekler haber bültenlerine yansıtılamamaktadır. Çoğu zaten en az bir yabancı haber ajansına abone olan kurumlar, kendi muhabirlerinin ya da yerli ajansların yurtdışı haberlerini istenen ölçüde kullanamamaktadır. Bu yüzden “Avrupa'nın dört ülkesinin muhafazakâr gazeteleri (Alman Die Welt; İngiliz Daily Telegraph, Fransız Le Figaro ve İspanyol ABC gazeteleri) editoryal ittifak başlatarak, ‘Avrupa Gündelik Gazeteler İttifakı’ adıyla özellikle dış muhabir ağını bir havuzda birleştirme kararı almışlardır. Söz konusu ittifakın genel yayın yönetmeni de rotasyon yöntemiyle ortak olarak belirlenecektir”(106). Dünyanın dört bir yanından haber iletebilmek için, birçok yerde muhabir bulundurmanın yüksek maliyeti, haber ajanslarını arasında da işbirliğini gündeme getirmiştir. “Artan istihbarat masraflarını azaltmak, rekabet koşullarını denetlemek ve mevcut müşterileri korumak amacıyla anlaşmalar imzalanmış ve dünya çapında etkili

105) Haluk Ülman, Dış Politika Haberciliğinde Çağdaş Gelişmeler, Seminer Tutanakları, Hürriyet Vakıf Eğitim Yayınları, No: 6, İstanbul, 1984, ss.56

106) http://www.medyakronik.com/arsiv/netdunya_180501.htm, Erişim: 18.10.2005, Ceylan Özerengin, Biri Fransızları da gözetliyor!

bölgeler oluşturulmuştur”(107). Birçok ülkede dış haber muhabirliği, iletişim teknolojisinde kaydedilen olağanüstü gelişme nedeniyle bir uzmanlık alanı olarak önemini kaybetmektedir. Büyük haber ajanslarının tüm dünyaya yaptığı hızlı ve güvenilir haber servisi, pahalı ve bazen riskli olan dış haberciliği sekteye uğratmaktadır.

Türk basını Türkiye dışında yaşanan gelişmeleri genellikle ajanslardan takip etmeyi alışkanlık haline getirdiği için dış politika haberciliğinde geçmiş yıllarla kıyaslandığında giderek geriye gitmiştir. Dünyanın birkaç yerinde pek çok olay birden patlak verince de basınımız tıkanıp kalmaktadır. Bazı gazete ve televizyonlarımızın belli başlı büyük ülkelerin başkentlerinde ikamet eden ve sırça saraylarından çıkıp başkanlık saraylarına kadar gidip gelen muhabirleri ya da temsilcileri vardır. Onlar bulundukları ülkelerin gazetelerinden okudukları haberlerden yaptıkları çeviriler ve birkaç bürokratla görüşmelerinden elde ettikleri haber kırıntıları ile bağlı oldukları yayın organlarına haber geçmeyi tercih etmektedirler. Bugün özellikle Kafkasya, Ortadoğu ve Yakındoğu gibi bize hem kültürel ve dinsel, hem de fiziki olarak yakın coğrafyalarda Türk medyasının adı okunmamaktadır.

Türk medyasında görev yapan dış politika muhabirlerinin eğitilmeleri son derece önemlidir. “Gazetecilerin oluşturduğu, gazeteci ve gazetecilik için kurulmuş bir organizasyon olan Uluslararası Gazetecilik Programı (IJP), çeşitli basın yayın organlarında muhabir, editör gibi farklı pozisyonlarda çalışan genç iletişimcilere ve serbest çalışan gazetecileri özellikle uluslararası siyaset alanında geliştirmek ve eğitmek amacıyla kurulmuş olup, 2006 yılında ilk kez Türkiye'yi de içine alan bir kurs programı başlatmıştır. Değişim programı sayesinde Türkiye ve Almanya'dan beş genç gazeteci bu ülkelerde iki aylık bir staj imkanı

107) Atilla Girgin, Haber Ajanslarının İlki: HAVAS, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl:1, No: 4, İstanbul, 2006, ss. 15-16

bulmaktalar”(108). Bu program sayesinde gazeteciler, staj süresince görev yaptıkları ülkeleri ve ülke koşullarını tanıma olanağı bularak, bakış açılarını farklılaştırmaktalar. Yine “ABD Stanford Üniversitesi'ndeki Knight Fellowship, Oxford'daki Reuters Fellowship ve yine ABD Harvard Üniversitesi'ndeki Nieman Fellowship programları içerik olarak birbirinden farklı olsa da, temel olarak uluslararası gazetecilerin bir araya gelip fikir alışverişinde bulunmalarını ve kendilerini geliştirmeleri sağlamaları açısından ortak bir paydaları var”(109).

2. EKONOMİ HABERCİLİĞİ

Ekonomi haberciliği, genel anlamıyla üretim, dağıtım ve tüketim eylemlerinden oluşan ve büyük şirketlerin varlığı, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve tüketim alışkanlıklarının yaygınlık kazanmasıyla giderek canlanan ekonomi dünyasındaki olayları ortaya çıkartan, bunları haber olarak yansıtan uzmanlık dalıdır. “Ekonomi gazetecileri geniş kitleleri ilgilendiren konularda olduğu gibi, daha az sayıda politikacı, öğretim üyesi, özel sektörde genel müdür gibi bilgiyle birikim düzeyi elitlemiş zengin kesimleri kucaklayan, içine alan eğitim düzeyine göre onlara haberleri aktaran kişilerdir”(110).

Ekonomi muhabiri, yazılı ve görüntülü basın kuruluşlarında, ulusal ekonomiye yön veren göstergeleri, bu göstergelerin belirli sektörleri nasıl etkileyebileceğini analiz ederek ortaya koyan, yeni iş kollarını, endüstri alanlarını, yeni üretim konularını ve yeni pazarlama konularını ele alan, tüketicileri korumaya yönelik, tüketici hakları ile ilgili haberler yapan, grev/ sendika haberleri yaparak, işçi- işveren sorunlarını masaya yatıran, iş dünyasında başarılı olmuş

108) <http://www.istanbul.edu.tr/iuha/index.php?tm=13&sahypa=habaroka&habarno=630>, Erişim: 22.09.2006, Türk ve Alman Gazeteciler İstanbul'da Buluştu

109) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/yazarlar/ed.htm>, Erişim: 03.11.2004, Esra Arslan, İtinayla Okur Çarpılır Nabız Tutulur

110) Necati Doğru, Türkiye'de Ekonomi Haberciliği, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri Tutanaklar, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul, 1985, ss.179

kişilerle ilgili haberler vs. yapan basın mensubudur. Ekonomi bugün zengin-fakir, genç-yaşlı, işçi-işveren, köylü- kentli herkesi ilgilendirmektedir ve ekonomi muhabirleri bugün geniş kitleleri ilgilendiren konularda olduğu gibi, daha az sayıda politikacı, öğretim üyesi, şirketlerin CEO'ları gibi bilgi ve birikim düzeyi yüksek, elit ve zengin kesimleri kucaklayan, içine alan eğitim düzeyine göre onlara haberleri aktaran kişilerdir. Ekonomi haberleri de kendi içinde finans, borsa, iş dünyası, dünya ekonomisi, borsa, banka, ithalat, ihracat gibi alt başlıklara ayrılmaktadır. Ekonomi muhabirliği, alanın özellikleri nedeniyle günümüzde uzmanlaşmanın tam olarak sağlanmış olduğu bir ihtisas dalıdır. Hemen hemen bütün gazetelerin ekonomiye ayrılmış en az iki sayfası bulunmaktadır. Ekonomi haberleri, özellikle, ekonomik yapısında çalkantı ve krizlerin yaşandığı ülkemizde okurlar tarafından ilgiyle takip edilmektedir. Star TV'de günlük ekonomi yorumları yapan Mustafa Mutlu "Türk medyası içinde en iyi uzmanlaşma ekonomi servislerinde"(111) demektedir.

Ekonomi muhabirleri, okurun bazı beklentilerinden dolayı, önemli misyonlar yüklenmiş bulunmaktadır. Öyle ki; okur, ekonomi haberleri ile sistemin işleyişinin denetlenmesini ve kendi güvenliklerinin sağlanmasını beklemektedir. Bu nedenlerle ekonomi muhabirleri de örneğin piyasaya kalitesiz ürün süren bir firmayı bu yönüyle haber yaparak tüketiciyi uyarmanın yanı sıra, söz konusu firma ve ilgili kişiler hakkında düzeltici işlem yapılabilmesi için mekanizmayı harekete geçirmek durumundadır.

Sadece ekonomi muhabirlerinin değil, diğer alanlarda da görev yapan muhabirlerin taşınması gereken en önemli özelliklerden biri tarafsız olmalarıdır. Öte yandan tarafsızlığın ülke çıkarları söz konusu ise, bozulabileceğini düşünenler de vardır. Tarafsızlık konusu ile ilgili olarak iş dünyasının profesyonel yöneticilerinden Erdoğan Karakoyunlu, ekonomi muhabiri Vahap Munyar'a verdiği bir demecinde "Bence bir ekonomi gazetesi, iş adamından aldığı

111) www.zaman.com.tr/2001/12/10/televizyon/butun.htm-23k, Erişim: 14.04.2005

işadamına satmamalı. Kısacası sahibinin sesi olmamalıdır”(112) demektedir. Oysa iş dünyası demeç haberciliğini gündeme getirmiştir ki bu da çoğu zaman araştırılması, raporlarda sunulması gereken konuların ulu orta gündeme gelmesi sonucunu doğurmuştur. Bir sivil toplum örgütünde sunulacak, aylarca uzmanlarına hazırlatılmış raporların takdiminin yapıldığı toplantılarda, kuruluş yöneticileri, doğrudan günlük siyasete girerek, hazırlattıkları çalışmaları ikinci plana itmişlerdir. Birçok önemli sanayici önemli tartışmaların yapılacağı oda oturumları öncesinde, ayaküstü demeçlerle, genç muhabirlerin her aklına gelen sorulara sansasyonel yanıtlar vererek, bilginin derinleştirilmesini esas almak yerine, güncel siyasetin ve gelişmenin abartılmasına neden olan sonuçlar gazetelere yansımıştır.

Haber kanallarında ve gazetelerde ekonomi konusuna farklı şekilde yaklaşılmaktadır. Bir bölüm ekonomi muhabiri, ekonomik olayları aşırı bir tarafsızlık sergileyerek incelemektedir. Sanki başka bir ülkenin ekonomisinden bahsedercesine haberlerini hazırlamaktadırlar. Rakamlar kuru ve duygusuz bir şekilde analiz edilmektedir. Ekonomi haberciliğinde tarafsız olabilmek zor gibi görünmektedir. Çünkü ekonominin büyüme oranı 1 puan düştüğünde, bu düşüş yaklaşık 100 bin çalışanın işsiz kalması anlamına gelmektedir. Büyüme oranının binde biri bile 10 bin ailede sıkıntılar sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır. Dolardaki bir 10 kuruşluk oynama, faiz oranının binde biri kadar bir değişim, onlarca firmanın zarara girmesine yol açmaktadır. Anlaşılabileceği üzere ekonomi gazeteciliği çoğu kez para ve yatırımları da yönlendirmektedir. Küçük tasarrufçuyu doğru bir şekilde bilgilendirmek ve yönlendirmek gerekmektedir. Türkiye ekonomisinde sermaye piyasası önemli bir rol oynamaya başlamıştır. Ayrıca ara ara krizler yaşayan bir ekonomik yapılanmanın var olması nedeniyle küçük tasarrufçu ve yatırımcıların doğru yönlendirilmesi büyük önem arz

112) Vahap Munyar, Ekonomi Muhabirliği, Genç Basın Dergisi, Basın Yayın Meslek Yüksekokulu Mezunları Derneği Aylık Yayın Organı, Yıl:1, Sayı. 2, ss.33

etmektedir. Bu konuda en büyük hizmeti ekonomi basını vermektedir. “Avrupa ülkelerine ve Amerika’ya baktığımızda, özellikle Amerika’da Financial Times, Wall Street Journal, The Economist gibi gazete ve dergilerin sadece belirli bir düzeyin üzerindeki insanlar tarafından değil, küçük tasarrufçular tarafından da çok dikkatli bir şekilde okunduğunu görürsünüz”(113).

Ekonomi muhabirliğindeki tarafsızlığın, spor, adliye, magazin ve hatta siyaset muhabirliğindeki tarafsızlıktan biraz farklı olması gerektiğine özellikle sağlık muhabirliğine benzemesi gerektiğine inananlar da mevcuttur. Nasıl bir sağlık muhabiri, bir beyin ameliyatını camın arkasından izlerken masadaki hastayla birlikte ölüm ile hayat arasında gidip geliyorsa, ekonomi muhabirinin de ölüm ile yaşam arasında tam anlamıyla tarafsız olmaya hakkı olmadığını söylemektedirler. Ancak burada kast edilen, kötü giden şeyleri iyi göstermek değildir. “Bir istikrar programının tam ortasında iken, başarı da başarısızlık da henüz kesin değilken, ekonomi muhabiri, durgunluk ve krizden yana değil de büyüme canlanmadan yana olmak zorundadır. Gerçekçi ama pozitif bir yaklaşım izlemek, şu anda aynı zamanda etik bir sorumluluk durumunda. Nasıl olsa 30 yıldır hiçbir istikrar programı başarılı olmadı diye son programı da daha işin başında mahkum edemeyiz”(114). Ekonomi muhabirliğinin, alanla ilgili bilimsel birikimin yanı sıra, yüksek bir sorumluluk bilincini gerektirdiği aşikardır. Çünkü bu alanda yapılabilecek yanlışlıklar kamuoyu üzerinde çok önemli sonuçlara yol açmaktadır. Özellikle panik yaratabilecek haberler kaleme alınırken, en ince detayına kadar araştırılmalıdır. “İş ve ekonomi muhabirleri yanlış bir noktada yoğunlaşarak konuyu sonuçlandırabilirler ve okurları bir sonraki ekonomik durgunluk dönemi için hazırlıksız bırakabilirler”(115).

113) Üzeyir Garih, Pazarlama, Tanıtım, Halkla İlişkiler, Hayat Yayınları , İstanbul, 2000, ss.154

114) <http://www.ekorehber.com/yazici.php?haberno=4301&tarih=13/08/2001>, Erişim: 23.07.2004, Faruk Türkoğlu, , Medya Kriz Dersinden Sınıfta Kaldı

115) Jim Willis, The Shadow World, Life Between the News Media and the Reality, New York Westport, Connecticut London Praeger, 1991, ss.134

Ekonomi gazeteciliği, ticari yapılanmanın getirdiği ihtiyaçlar sonucunda ortaya çıkmıştır. Türk basınında ekonomi gazeteciliği, İstanbul, İzmir gibi büyük ticaret ve sanayi merkezlerindeki meslek odalarının yayın organı şeklinde başlamıştır.

Dünya'da ilk ekonomi haberciliğinin 14. yüzyılda Akdeniz limanlarında elle tutulan mal listeleriyle başladığı kabul edilmektedir. Bunu 15. yüzyılda keşiflerin ardından Anvers, Londra, Lizbon gibi limanlara getirilen altın, tütün, hayvansal ve bitkisel yağların listelerinin el pedalı matbaa makinelerinde basıldığı Newsletter'lar izlemiştir. “...hatırlanabilen en eski ekonomi gazetesinin İngiltere’de yayınlanan “Public Ledger” (Kamu Muhasebesi) olduğu ve 1760’da yayına başladığı bilinmektedir”(116). Public Ledger, canlanan ekonomik yapı ile toplumda bir gereksinim olarak ortaya çıkan ve önemi artan ekonomik konularda bilgilendirme ihtiyacını karşılamaya çalışmış ve özellikle ticaretle uğraşanlar için bir rehber olma niteliği kazanmıştır. 1812 tarihinde ise matbaada rotasyon uygulamasının başlamasıyla birlikte bu dönemin gazetesi bir penny'e satıldığı için ‘penny paper’ diye anılan London Times’tır. “Dünyanın ilk haber ajansı HAVAS, Charles Havas’ın kişisel birikim ve çabalarıyla, sadece ekonomik gelişmeleri izlemek ve değerlendirmek için kurulmuştur”(117). 1832’de bir muhasebe bürosu olarak kurulan ve 1835’de ajansa dönüştürülen HAVAS, ekonomi haberleri artık sınırlar üstü bir yapı kazandığı için kurulmuştur. O yüzyılın sonlarına doğru tamamı bugünde yayın hayatında olan çeşitli ülkelerin ekonomi gazeteleri yayınlanmaya başlar: Milano’da 1865’te Il Sole 24 Ore, 1876 Tokyo’da Nihon Keizai Schimbun, 1881 Brüksel’de L’Echo, 1888’de Londra’da Financial Times, 1889’da New York’ta The Wall Street Journal. Bugün ABD’de yayımlanan ‘Business Week’ ve ‘Fortune’ gibi büyük ekonomi dergileri, hem küçük sektörlere odaklanmakta hem de trendleri takip ederek gelişmeleri ortaya

116) Oğuzhan Kavaklı, Ekonomi Basını, Gözlem Dergisi, 31.08.1998, ss.6

117) John Hohenberg, Gazetecilik Mesleği, çev: Filiz Ofluoğlu, Gazetecilik Cemiyeti Yayınları, No.1, İstanbul, 1963, ss.216

koymaktadır. Yine ABD'deki 'Wall Street Journal' ve 'Barron's' gibi büyük gazeteler, haftalık dergilerdeki kadar çok ekonomi – iş dünyası haberi vermektedir. Ancak çoğu gazete, iş dünyası ile ilgili geniş haberler yapmayıp, gelişim çizgisi duran ve hatta dibe vuran şirketleri incelemektedir. ABD'deki ekonomi haberciliğinin kapitalizmden yana bir tavrı vardır. Amerikalıların kapitalizme olan inançlarını, değerlerini besleyen yayınlar yapmaktadırlar. Hem şirketler hem de kişiler desteklenmektedir. “1984 yılında yapılan bir araştırma çok sayıda ekonomi habercisi ve editörünün kapitalizmi destekleyici bir tavır içinde olduklarını ortaya koymuştur.450 ekonomi habercisi ve editöründen gelen yanıtların 405'inde, mevcut ekonomik sisteme ve iş dünyasına karşı olumu bir tavır içinde oldukları ifade edilmektedir”(118).

Ülkemizdeki ekonomi haberciliğinin tarihine baktığımızda, “Takvim-i Vekayi (1831) ile başlayan ekonomi haberleri 21 Ekim 1860'da yayına giren Tercüman- Ahval'in ekonomi, sanayi ve ticaret konularındaki araştırmalarıyla önemini arttırmış, bunu Tasvir-i Efkar izlemiştir”(119). “... Fakat, derli toplu biçimde ilk defa Vatan Gazetesi'nde yayınlanmıştır. Fasih İnal'ın sütunları, aynı gazetecinin Haluk Cillov'la birlikte Yeni İstanbul Gazetesi'nde el ele vermesiyle, yarım sayfalık ekonomi bölümlerine dönüşmüştür”(120).

Ara ara yayınlanıp ara ara yayınına son veren İstanbul Ticaret Gazetesi ticaret gazeteciliğinin önemli bir örneğini oluşturmaktadır. Ama ilk ekonomi gazetesi Cumhuriyet sonrası Zeki Cemal Bey tarafından 1926'da yayınlanır. Onu bugün hâlâ yayınlanmakta olan Sukuti Tükel Bey'in 1942'de yayın hayatına giren gazetesi İzmir Ticaret izler. Ancak, bugünkü değerlerde ekonomi haberlerinin ilk örneği 1948'de Habib Edip Törehan'ın Yeni İstanbul'undaki emtia haberleridir. Onu 1963 yılında Ali Gevgili'nin Milliyet Gazetesi'ndeki yarım sayfalık ekonomi

118) Oğuzhan Kavaklı, Ekonomi Gazeteciliği ve Gözlem Gazetesi, Gözlem Dergisi, 21 Ağustos 2000, ss.10

119) Oğuzhan Kavaklı, Ekonomi Basını, Gözlem Dergisi, 31.08.1998, ss.6

120) Thema Larousse Ansiklopedisi,Cilt No: 9, ss.446

ticaret sayfası izler. Onun ardından Necati Doğru'nun Günaydın Gazetesi'ndeki cep haberlerine ağırlık verdiği ekonomi haberleri gündeme gelir. 1960'lı yıllarda büyük gazeteler, dönemin genel ekonomik yapısına paralel olarak bu haberlere daha büyük oranda yer verme gereği ile ekonomi köşeleri yayınlamaya başlamışlardır. Özellikle mal borsaları, altın ve döviz fiyatları ile ilgili haberler bu köşelerin en sık işlediği konular olmuştur. Hürriyet Gazetesi'nde 1975 yılında ekonomi haberleri özel bölüm olarak orta sayfada yukarıdan aşağıya tek sütun olarak iş ve işçi haberleri başlığıyla Doğan Koloğlu yönetiminde yer alır. "Günlük basında ekonomiyle ilgili konulara ayrı bir sayfada yer veren ilk gazete Cumhuriyet'tir. Daha sonra Milliyet Gazetesi haftanın beş günü 'İktisat' ve 'Ticaret' başlıkları altında ekonomi haberlerine tam sayfa vermiştir. Ekonomi basınında ilk uzman yorumu, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. Haluk Cillov'un, Milliyet Gazetesi'nin İktisat ve Ticaret sayfasında haftalık yorum şeklinde görülmektedir. Bu dönemde ANKA Ajansı düzenli olarak ekonomi haberleri yayınlamaya başlamıştır. Bu haberlerin ilgi çekmesi üzerine diğer gazeteler de ekonomi için ayrı bir sayfa ayırmaya başlamıştır"(121). Ortak Pazar'ın ülke gündeminde geniş yer almasının da etkisiyle gazetelerin ekonomiye verdikleri önem, ayırdıkları yer artmış, bu dönemde ekonomi sayfalarında döviz kurları ve altın fiyatları, mal borsaları, günlük ekonomik haberler, dış ekonomik ilişkiler, diğer ülkelerle ilgili ekonomik boyutlu haberler, periyodik olarak hazırlanan ekonomik göstergeler gibi konular işlenmiştir.

1970'li yıllara gelinceye kadar, Türkiye Ekonomisi dışa kapalı bir ekonomi olduğu için Türkiye'de ekonomi haberciliği çok önemli bir uzmanlık alanı değildir. Bugün 52 milyar dolarlık bir ihracat hedefi yetersiz bulunurken, o dönemlerde Türkiye'nin toplam ihracatı 2 milyar dolar civarındaydı. Özellikle 1980'li yılların başından itibaren Türkiye Ekonomisi, hem ihracata dayalı büyüme

121) Thema Larousse Ansiklopedisi, Cilt No: 9, ss. 446

modeline ve piyasa ekonomisine geçişle hem de dışa açılma ile birlikte dünya ekonomisiyle entegre olmaya başlamıştır. O güne değin fındık, buğday taban fiyatı ve maaş zamları gibi bir takım kısır başlıklardan oluşan ekonomi haberciliği, giderek dünya ekonomik olaylarını da kavrayacak şekilde değişip gelişmiştir. “Türkiye’de, 24 Ocak Kararlarının açıklandığı tarih, ekonomi haberciliğinin miladı olarak kabul edilebilir. 1950-1980 arasında ekonomi alanında faaliyet gösteren pek çok kuruluş vardı ki; İzmir Ticaret ve Ankara Ticaret Gazeteleri, İktisat ve Ticaret Haberler Ajansı, Ekonomik Basın Ajansı bunlardan bazılarıdır. 1974 Kıbrıs Barış Harekatı sonrasında Türkiye’de uygulanan ambargonun etkisiyle iyice kötüleşen Türkiye Ekonomisi, 1980’e gelindiğinde Süleyman Demirel’in ifadesiyle ‘70 sente muhtaç’ duruma gelmiştir. Başbakanlık Müsteşar Vekili ve DPT Müsteşarı Turgut zal’ın mimarlığını yaptığı 24 Ocak Ekonomik İstikrar Kararları, bir anlamda ekonomi haberciliğini zorunlu hale getirmiştir. Devletin ekonomideki rolünü en aza indirmeyi ve serbest piyasa ekonomisi uygulamayı amaçlayan bu kararlar ekonomi haberciliğinin nn açmıştır. Yine 24 Ocak Kararlarıyla topluma sunulan program, politikanın ve toplumsal yaşamdaki hak ve özgürlüklerin büyük ölçüde tavsiyesini zorunlu kılmış; 24 Ocak Kararlarının tamamlayıcısı olarak 12 Eylül askeri darbesi yaşanmıştır çünkü yeni ekonomi politikalarının toplumun büyük bir kesiminden onay alması ancak zor kullanarak, yani askeri darbeyle mümkün olmuştur. Basın ise bu dönemde, ‘rıza’ tarafında yer almıştır ve Türk basınının güçlü kalemleri açık ya da üstü kapalı biçimde darbecileri destekleyen mesajları kamuoyuna sunmuşlardır. Ekonomi haberciliğine geri dönersek, 1980 yılında önce Rapor Gazetesi Hürriyet-Yeni Asır ortaklığında çıkarılmış, ancak yayın hayatı uzun olmamıştır. 1981 yılında Nezih Demirkent, Dünya Gazetesi’ni ekonomi gazetesi haline getirmiştir. Dünya Gazetesi, ciddi bir tiraj başarısı yakalamış ve neredeyse bir kitle gazetesi boyutuna ulaşmıştır. Gazete, kk tasarruf sahiplerini de okur kitlesine dahil etmiştir. Böylece ekonomi toplum genelinin takip ettiği bir dal olmuştur. Anavatan Partisi lideri Turgut zal’ın başbakanlığı döneminde izlediği ekonomi politikaları ve sonrasında toplumun ekonomi haberlerine ilgisi artmış, yeni düzenlemelerle birlikte gazetelerin ekonomi birimleri kurulmuş, ekonomi

haberleri en önemli haber türleri arasında yerini almaya başlamıştır. 12 Eylül yönetimince hazırlatılan 82 Anayasasının ve Kenan Evren'in Cumhurbaşkanlığını da içeren halk oylaması öncesi kısıtlı siyasetin ısınması, 83 Seçimleri ve Turgut Özal'ın başında bulunduğu ANAP'ın iktidar oluşu, ekonomi habercilerini, kısa bir süre için politikaya kaydırda da, ANAP Hükümetinin programı ve hedeflerinin büyük bölümünün ekonomik oluşu, hem ekonomi habercilerinin sayısını arttırmış hem de ekonominin bilinmesi zorunluluğunu doğurmuştur. 1983'den sonra döviz ticareti ile banka faizlerinin serbest bırakılması, şirketlerin halka açılması ve Menkul Kıymetler Borsası'nın oluşması gibi uygulamalar ekonominin kitleselleşmesini hızlandırarak ekonomi basınına olan talebi de arttırmıştır. 1986 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın açılmasıyla birlikte sermaye piyasasına yönelik haberler önem kazanmaya başlamış, finans haberciliği doğmuştur”(122).

1980'li yılların başlarına kadar, büyük gazetelerin ekonomi sayfalarının en fazla yarım veya bir sayfa olduğu ve gazetelerin ekonomi sayfalarında yukarıda da ana başlıklarıyla özetlenen genel ekonomi haberlerinin yayınlandığı bilinmektedir. Bugün ulusal çapta yayımlanan günlük gazetelerin hemen hepsinde dört ile sekiz sayfa, hatta 12 sayfaya kadar çıkan ekonomi haberleri bulunmaktadır. Ekonomi ve finans konulu dergiler de bu dönemde ortaya çıkmıştır. Özel radyo ve televizyon yayınlarında da önemli program türlerinden birisi ekonomi ve finans haberciliğidir. Hatta yalnızca bu konulara ağırlık veren kanallardan da söz etmek mümkündür.

Anlaşılabacağı üzere, 26 yıllık yoğun ekonomi haberciliği döneminde hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Bu 26 yıllık dönemde ithal ikameci kapalı bir ekonomiden, liberalleşen piyasa ekonomisine hızlı geçiş söz konusu olmuştur. 1980li yıllarda zam haberleri gazetelere manşet olurken serbest piyasa

122) <http://www.emd.org.tr/page.php?ID=22>, Erişim: 16.02.2004, Vecdi Seviğ - Muzaffer Gençtoğan, EMD'nin 10 Yıllık Tarihi

ekonomisine geçişle birlikte bu zam haberleri daha dikkatli verilmeye başlanmıştır. Önceden verilen zam haberleri, ortada yokken talep yaratmaya, stoklamaya, ithalata neden oluyordu. Bu haberlerin uzmanlar tarafından hazırlanmaya başlaması ve ekonomi servislerinin genişlemesiyle kaliteleri de artmıştır. Önceleri ekonomi ihtisası pek aranmazken son zamanlarda ekonomi okumuş olmak ve en az bir yabancı dil bilmek önemli bir koşul olmaya başlamıştır. Bu dönem aynı zamanda haberin demokratik işlevinin geri itildiği, ticari işlevinin öne çıktığı bir dönem olma özelliğini de bütün dünyada olduğu gibi bizim ülkemizde de gündeme getirmiştir. Birileri ‘Halka bunu böyle aktarmamız gerekir’ kararını vererek, kendi siyasal ve ekonomik düşüncelerine uygun habercilik yapmaya başlamıştır. Zaman zaman, sorunun sadece bir pencereden, kendi grupları ya da gruplarının sempati duyduğu gruplar adına, onların bakış açısıyla yansıtılması söz konusu olmuştur. Bu da doğal olarak haberde güven ve itibar sorununu gündeme getirmiştir. Bu sadece gazetelerin, habercilerin olumsuzluklarından kaynaklanmamıştır. Yönlendirme talebi bazen ülkenin başbakanı, cumhurbaşkanı tarafından yapılmıştır. Gece yarısı telefonlarıyla kendi doğrultularında olayların yansıtılması, muhabirler atlanarak genel yayın yönetmenlerinden, yazı işleri müdürlerinden istenmiştir. Başbakanlık kapısında saatlerce soğukta bekleyen genç muhabirlere hiçbir şey söylenmeyip, genel yayın yönetmenlerine verilen bilgilerle, tartışmasız, tek yönlü, haberler yaptırılmıştır. Politikacılar habercileri, kendilerinden yana, kendilerine karşı olarak sınıflandırıp, ona göre bilgi verme ya da bilgi esirgeme yolunu seçmişlerdir. Bu, bugün de devam eden bir çarpıklık olarak karşımızda duran bir sorundur. Politikacılar ayrıca, uluslararası ilişkilerinde, iş dünyasına duyurmak istedikleri konularda, kaynağı belirtilmeyen bir haberi bu ayrıcalıklı davrandıkları gazetecilere verip haberleştirmişlerdir. Bu devletin diğer kademelerinin de benzeri yolu izlemesi sonucunu doğurmuştur.

“Türkiye, ekonomi haberciliğinde üretim, yatırım ve ihracatın taraftarlığı dışında hiçbir özel talebe yer vermeyen yeni bir dönemi başlatabilmelidir. Bu da haberin temel kurallarının gözden ırak tutulmadan, doğrudan bilgi aktarmasını

sağlama sonucunu beraberinde getirecektir. Haberin doğrudan kendi kuralları içerisinde düz aynada aktarılmasına geri dönülecektir”(123).

Ekonomi muhabirinin haber kaynaklarını, 1) rutin haberler, geleneksel haber kaynakları 2)Muhabirin kendi özel kaynakları 3) Pasif haber kaynakları olarak sınıflandırmak mümkündür.

Rutin haber kaynakları, özel ve kamu sektöründe ekonomiyi ilgilendiren birimler, borsalar, bankalar, sanayi ve ticaret odaları, esnaf ve sanatkar odaları, deniz ticaret odaları, Devlet İstatistik Enstitüsü, Devlet Planlama Teşkilatı, meslek kuruluşları, işçi ve işveren kuruluşları, dernekler, büyük şirketler, çeşitli piyasalar (para, döviz, altın, hububat gibi) dır. Ekonomi muhabirinin kendi özel kaynakları ise; muhabirin gazetecilik yeteneğiyle çıkarttığı kaynaklardır. Bu kaynaklar toplumun çeşitli kesimlerinde olabilir. Bunlar muhabirin bizzat içinde bulunduğu, izlediği, yaşadığı ekonomik olaylardır. Örneğin; işsiz gençler, aile bütçesine katkıda bulunmaya çalışan ev hanımları, vergilerini ödeyemediği için işyerlerini kapatan küçük esnaf, ülke ekonomisine yön veren üst düzey bürokratlar bir ekonomi muhabiri için haber kaynağı olabilir. Pasif haber kaynaklar ise basın toplantıları, bültenler, basın bildirileri gibi rutin olaylarla, haber ajansları ve yabancı gazetelerdir.

Ekonomi muhabirleri, hem makro ekonomik düzeyde yani maliye, uluslararası ekonomik ilişkiler, para politikaları, ulusal gelir, kamu ve diğer tüketim harcamaları, tasarruf ve talepleri, ekonominin bütünüyle ilgili bağlantıları ve zaman içindeki değişimleri ele alarak, uluslararası ekonomik işbirliği örgütleri ve faaliyetlerini inceleyerek hem de mikro ekonomik düzeyde yani olayları ve gelişmeleri kişi ya da kuruluş bazına indirgeyerek, etkilerini çeşitli yönleriyle ortaya koyarak habercilik yapmaktadır. Ekonomi haberlerinin

123) www.e-aso.org.tr/asomedyana/nisan2003/forumnisan2003.html - 62k, Erişim: 04.05.2006,

Hakan Aygün

geniş kitleler tarafından okunması, mikro ekonomi haberciliğinin esasını oluşturmaktadır. Pek çok ekonomi haberi de kişilere odaklıdır. İş dünyasına büyük başarılar kazanarak mucizeler yaratan insanlar haber konusu olmaktadır. Ancak, bir haberin çatısının kişiler üzerine kurulması, bazı gerçeklerin göz ardı edilmesi, atlanması olasılığını içinde barındırabilir. Örneğin Watergate olayındaki anahtar isimler, skandalın ve beyaz sarayda olup bitenlerin önüne geçmiştir.

“Bugün baktığımız zaman ekonomi alanına bir kişinin bakması artık mümkün değil çünkü artık uzmanlık alanlarına dönüştü. Borsa uzmanlık oldu, banka uzmanlık oldu, ithalat, ihracat, Avrupa Birliği, Gümrük Birliği hepsi ayrı ayrı bilgilenmek isteyen uzmanlık isteyen ve bunlar arasından da okurun yararına olacağı düşünülen haberleri seçip yazmak bir uzmanlık alanı oldu. Artık her alanda bu tür gazetecilere gereksinim var”(124). Bir ekonomi muhabiri, her şeyden önce yaşadığı ülkenin genel ekonomik dengeleriyle ilgili bilgi sahibi olmalıdır. Uzmanlaştığı alanla ilgili tüm kavramları, modelleri, uygulamaları bilmeli ve haberini okurunun anlayabileceği, iyi bir dille kaleme almalıdır. Ekonomi basınının gelişmesi, zaten bunu gerekli, hatta zorunlu kılmıştır. Ekonomi habercisi, iş dünyasının işleyişini ve motive eden unsurları da bilmelidir. Hukuki süreçler hakkında bilgi sahibi olmalı, ekonomi dünyası ile ilgili her türlü yayını düzenli olarak takip etmelidir.

Öte yandan ekonomi haberciliğinde pek çok sorun yaşanmaktadır. Bunların bir kısmı ekonomi habercilerinin eğitimsizliğiyle (hem gazetecilikle hem de görev yaptıkları alanla ilgili bilgi ve tecrübe eksikliği) ilgilidir ancak; ülkemizde ulusal çapta yayın yapan gazeteler, son dönemde gerçekleştirdikleri ‘ekonomi muhabiri’ alımlarında alanla uyumlu diplomalar aramaktadırlar. Dolayısıyla, alanla ilgili bilgi ve tecrübeye eksikliği artık bir sorun olmaktan çıkmış görünmektedir; ancak ekonomi tahsili yapmış genç muhabir adayının

124) <http://www.istanbul.edu.tr/iletisim/Etkinlik/3.12.05.2000.htm>, Erişim: 09.07.2004, Orhan Erinç, İ.Ü. İletişim Fakültesi’nin 50. Kuruluş Yıldönümü Nedeniyle Düzenlenen Gazetecilik Üzerine Söyleşi

gazetecilik pratiğine yönelik bilgi ve tecrübe eksikliği aşıkardır. Kötü bilgilendirilmiş haberciler de sorun yaratmaktadırlar. Bir şirketin halkla ilişkiler departmanının medya ile kurduğu ilişki son derece önemlidir. Halkla ilişkiler uzmanı, manüpile ederek vermek istediğı bilgileri vermektedir. Bu unutulmadan hareket edilmeli, ancak şirket bültenleri hiçe de sayılmamalıdır. Öte yandan medyanın ne yapacağını kontrol etmek mümkün değildir. Halkla ilişkiler uzmanı bilgiyi ne kadar manüpile ederse etsin, medya yine istediğini yazmaktadır.

Ekonomi muhabirlerinin karşılaştığı bir diğer sorun ise, bazı şirket yöneticilerinin şirketleri hakkında konuşma ihtiyacı duymamalarıdır. Oysa, yapacakları açıklamalar, şirketlerinin gelecekteki kazanımları için olumlu etkiler yaratabilir. Yine şirketler olumsuz haberlere vurgu yapmamak için değişik teknikler geliştirmişlerdir ki bunlardan biri şirketleriyle ilgili zamanlı haberleri, yayına girmeyecek şekilde basına göndermektir.

Yarının Türkiye'si düşünüldüğünde ise, Avrupa Birliği ile daha yakın ilişkiler içerisinde olunacağı öngörüsüyle, ekonomi haberciliğinin daha da önem kazanacağını söylemek mümkündür.

3. POLİS- ADLİYE HABERCİLİĞİ

Ülkemizde, habercilik yapmaya başlayan genç bir muhabirin 'adalet sistemini ve devletin işleyişini öğrenmesi' açısından görevlendirileceğı ilk alan polis adliye muhabirliğidir. Polis adliye haberleri genellikle, gazetelerin okunma oranı çok yüksek olan üçüncü sayfalarında yer aldığı için, polis adliye haberleri 'Üçüncü sayfa' haberleri olarak da adlandırılmaktadır. Bu tür haberlerin ilgi görmesiyle birlikte, polis adliye haberciliğı hızla gelişen bir uzmanlık alanı haline gelmiştir. Bazı gazetelerde polis ve adliye olarak ayrılmış vaziyettedir ve ayrı ayrı uzmanlaşmıştır.

Polis adliye muhabirliği, toplumda suç oluşturan, toplum huzurunu bozan cinayet, gasp, kapkaççılık, hırsızlık, dolandırıcılık, intihar, tecavüz, saldırı, yaralama,

insan kaçıırma, şantaj, kundakçılık, kavgalar, intihar gibi eylemler ile su baskını, kaza, yangın gibi felaketlerin, polis ve adliyeye intikal ettiği süreçle birlikte takip edildiği ve haber haline getirildiği uzmanlık alanıdır.

Polis adliye haberlerinin basında yer almaya başlaması 16.yüzyıla dayanmaktadır. “O dönemlerde, Fransa’da ‘Canard’ adı verilen küçük broşürler okuyuculara her türden cinayet, saldırganlık haberleri verirdi. Polis adliye olayları üzerinde uzmanlaşmış ilk yayın 1928 yılında çıkartılan ‘Dedective’ adını taşımaktadır”(125). Polis adliye muhabirleri olayları kamuya duyurarak çözümüne katkıda bulunabilir. Polis adliye haberlerinin bugünkü anlamıyla yayınlanmaya başlaması ise 20. yüzyılın başına rastlamaktadır.

Okunma oranı yüksek olan polis adliye haberleri, okurların ilgisini çekmekte olup gazetelerin yayın politikaları ve hitap ettikleri kitle gereği farklı şekilde ele alınmaktadır. Polis- adliye haberlerinin ele alınış biçimi ve sıklığı çeşitli platformlarda tartışmalar yapılmasına yol açmaktadır ki bu tartışmalar özel TV kanallarının yayınladıkları ‘reality show’ yüzünden hararetlenmiştir. Eleştirilerin temelinde, polis- adliye haberlerinin bilgilendirme ve uyarma amacını aşarak, tiraj/ rating kaygılarıyla okuru/ izleyiciyi göz ardı etmesi ve istenmeyen eylemleri, özendirici bir şekilde bolca kan, vahşet görüntüleriyle birlikte sunulmaları ve yapılabilirliğini arttırmaları vardır. Fikir gazeteleri polis adliye haberlerine iç sayfalarda ve olabildiğince az miktarda yer verirken kitle gazetelerinde durum tam tersidir. Polis adliye haberlerinin, her şeyden önce, suç işlemeye eğilimli kişileri caydırıcı nitelikte olmaları gerekirken gerek ülkemizde gerekse dış basında bir cinayet ya da intihar haberinin yayınlanmasının ardından, ilerleyen zaman dilimi içerisinde, öğrenilmiş yöntemlerle buna benzer olayların tekrarlandığı görülmektedir. Polisiye haberlerde, kapkaç haberleri örneğinde olduğu gibi, belli bir konunun işleniş sıklığı da, toplumda gerginlik yaratarak toplumun huzurunu bozmakta, güvensizliğe yol açmaktadır. Yine polisiye

125) Suat Sezgin, Basında Fotoğrafçılık, Der Yayınları, İstanbul, 1994, ss.10

haberler yayınlanırken, polis tarafından aranan zanlıların adaletten kaçabilmeleri olasılığı asla göz ardı edilmemelidir.

Polis adliye muhabirliği için yasalar, diğer uzmanlık alanlarına göre daha fazla önem arz etmektedir. Çünkü bu dalda görev yapan muhabirin haber konusu suçlu olduğu düşünülen kişiler, mağdurlar gibi yargıya intikal etmiş kişilerdir ki adaletin yerini bulması açısından yüksek sorumluluk gerektiren bir uzmanlık alanıdır. Basın Kanunu, Ceza Muhakemeleri Usul Kanunu, Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanunu, Çocuk Mahkemeleri Kuruluş Görev ve Yargılama Usulleri bir polis adliye muhabirini yönlendiren düzenlemelerin başında gelmektedir. Polis adliye muhabirlerinin haber yazımına sınırlama getiren değişik mahkeme kararları da bulunmaktadır ki polis adliye muhabirleri bunları da takip ederek bilmelidir.

Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde "Polis-Adliye Muhabirliği" dersi kapsamında konferans veren Avukat Ufuk Karhan, polis adliye muhabirliğinin gazeteciliğin en zor dallarından biri olduğunu vurgulayarak, bu dalda sadece gazeteciliği bilmenin yeterli olmadığını, hukuk bilgisine de sahip olunması gerektiğini belirtmiştir. Karhan, polis adliye muhabirinin, yargılama sistemi hakkında geniş bilgiye sahip olması gerektiğini söyleyerek, Başta Basın Kanunu olmak üzere Türk Ceza Kanunu, Ceza Muhakemeleri Kanunu ve izlediği davayla ilgili kanuni düzenlemeleri elinin altında bulundurmaları zorunluluğuna işaret etmiştir. İnsanlar hakkında yargı kararı oluşuncaya ve kesinleşinceye kadar herkesin masum olduğunu hatırlatan Karhan, "Bazen ağırlaştırılmış müebbet hapis talebiyle yargılanan şahıs, tamamen suçsuz bulunup beraat edebilir. Yargı kararı oluşmadan şahsı iddia edilen suçla suçlarsanız, alına ömür boyu silemeyeceği kara bir leke sürmüş olursunuz. Buna kimsenin hakkı yoktur"(126)demektedir.

Polis adliye muhabirleri olayları, adliyeye intikal edene kadar olan

126) <http://www.haberoku.net/Detay.asp?GuvenlikID=66O67O70O71>,Erişim:27.03.2006,
Karhan: Yanlış Başlık Hayat Kurtarır

kısmıyla ve adliyeye intikal etmiş olaylar olmak üzere iki ana alanda incelemektedir. Polis adliye haberciliğinde haber konuları suç içerikli olanlar (cinayet, yaralama, saldırı,ırza tecavüz, gasp, hırsızlık, kapkaççılık, kaçakçılık, kundakçılık, adam, çocuk, kız kaçırma olayları, intihar, şantaj, tehdit, karı -koca kavgaları, kan davaları, aile içi cinayetler vb.) ile felaketler (trafik kazaları, ev içinde ve dışında meydana gelebilecek kazalar, yangın, doğal afetler vb.) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Türkiye’de asayiş polis ve jandarma tarafından korunmaktadır. Jandarma özellikle, polis örgütünün bulunmadığı ilçe ve bucak gibi yerlerde asayişi koruyan teşkilattır. Türkiye’de illerde emniyet müdürlükleri şube müdürlüklerine bölünür. Karakola gelen olaylar, olayın türüne göre emniyet müdürlüklerinin gerekli şubelerine aktarılmaktadır. Bir polis muhabirinin haber kaynakları polis müdürlükleri, jandarma, iç işleri bakanlığı, hastane/morg görevlileri, doktorlar, itfaiyeciler,görgü tanıkları, vatandaşlardır. Polisiye haberler kaleme alınırken, bir felaket haberi söz konusu ise, ölü ve yaralı sayısı, isimleri, hastanelerdeki yaralıların son durumu ve isimleri, felaketin tarihi ve sebepleri, felaketzedelerin ve görgü tanıklarının görüşleri, polisiye olaylar kaleme alınıyor ise, son derece dikkatli bir biçimde, altında yatan nedenleriyle birlikte topluma örnek teşkil etmeyecek bir biçimde yazılmalıdır. Zanlıların adaletten kaçmalarına yol açacak detaylar haberde bulunmamalı, gizlilik esası söz konusu ise buna saygı göstermeli, kullandığı kelimeleri hassasiyetle seçmelidir. Polis ile haberci, aslında işlev olarak, kamuoyunu bilgilendirme konusunda zıt yerlerde durmaları gerekirken, ülkemizde neredeyse kol kola çalışmaktadırlar. Polis adliye muhabirliği adı altında yapılan iş, sürekli açık olan polis telsizlerinden gelen istihbaratın yanı sıra, polis karakollarına yapılan günlük turlar neticesinde çıkmaktadır. Polis merkezlerindeki genel havayı bilen bir haberci, olağandışı bir hareketliliği sezerek, etrafa yönelttiği sorularla, en azından peşinden gidebileceği bir ipucu elde eder. Ne yazık ki polis muhabirleri, samimi oldukları polis memurunun veya amirinin kapı aralığında fısıldadıkları her şeyi, ‘okura aktarılabilir, doğru bilgi’ kabul etmektedirler. Türkiye’deki bir polis muhabirinin,

alana özel olarak standartlaşmış ve laçkalaşmış bir kaynak- muhabir ilişkisinin varlığını göz önünde bulundurarak, polisten hiç bir şey öğrenmeme olasılığı yok gibidir. Muhabir polisten bilgi alamazsa, ancak o zaman olayın failleri, kurbanları ve tanıklarına yönelmektedir. Üçüncü sayfa haberlerinin hemen hepsi, polisin iddia ve açıklamalarının özetlenmesidir adeta. Politika muhabirliğinin yanı sıra Türk medyasında kaynaklar ve kaynaklarla ilişkide önemli sorunların yaşandığı bir diğer alan, polis muhabirliğidir. Polis, duyulmasını uygun gördüğü veya ağzından kaçırdığı, birbiriyle çelişen onlarca ayrıntıyı çeşitli habercilere fısıldamakta ya da onlara sızdırmaktadır. Yazı işleri de, elde edilmiş ayrıntıları bir araya getirme, mantıklı bir bütün oluşturma çabasını göstermediğinden, karşımıza herkesi şaşkına çeviren haberler çıkmaktadır. Anlaşılacağı üzere, bizdeki polis muhabirleri, tek ve en güvenilir kaynak olarak polisi kabul etmektedirler. Kaynağın güvenilirliğini sorgulamak bir yana, kaynağıyla birlikte yaşamaktadırlar. ‘Haber Kaynakları’ başlıklı kısımda belirtildiği gibi, Le Monde Gazetesi’nin editörü Serge Halimi gazeteciliği ‘bir temas ve mesafe mesleği’ olarak tanımlamaktadır. Gazeteci, haber alabilmek için haber kaynağıyla temas etmelidir ancak bu teması dengelemek için gazeteci temas ettiği her kaynakla arasına bir mesafe koymasını da bilmelidir. Yani hem temas edilmeli hem de mesafe korunmalıdır. Dolayısıyla gazeteci sadece temas ederse, alacağı haber, haber kaynağının vermek istediği bilgiyle sınırlı kalacaktır. Bu durum da gazeteciyi giderek haber aldığı kaynak ya da kurumla özdeşleştirir ki, böyle bir gelişme haberciyi haberci olmaktan çıkartıp, söz konusu kaynak ya da kurumun halkla ilişkiler sorumlusu/uzmanı haline getirmektedir. Gazeteci kaynakla arasına sadece mesafe koyarsa o zaman da haberi alamayacaktır. Serge Halimi’nin tanımı özellikle habercinin, haber kaynağı ile ne aşırı temas ne aşırı mesafe halinde olmasını önermektedir.

Polisiye haberlerin son noktası olan, adliyelere yansıyan olayların haberleştirilmesini adliye muhabirleri yapmaktadır. Halk, toplumun huzurunu, düzenini bozanların cezalandırıldığını, adaletin tecelli ettiğini görmek ister. Suçun cezasız kalmaması, suça eğilimli kişiler üzerinde caydırıcı etkide bulunur.

Bir adliye muhabiri, Ceza Mahkemeleri, Sulh Mahkemeleri, İcra Mahkemeleri, Temyiz Mahkemeleri, Danıştay, Askeri Mahkemeler, Askeri Yargıtay, Anayasa Mahkemesi gibi yargı mekanlarında görev yaparken, hakimler, avukatlar, savcılar, yazı işleri müdürleri, mübaşirler, hatta hizmetli personel, vatandaşlar bile kaynak olarak kullanmaktadır. Adliye haberleri kaleme alınırken, celselerin doğru biçimde verilmesi ve celselere uygun önemli konuların ön plana çıkartılması gerekmektedir. Tıpkı polis haberlerinde olduğu gibi, sonuç kesinleşmedikçe sanıklar kesin bir dille suçlanmamalı, davanın seyrini etkileyebilecek ifadelerden uzak durulmalıdır.

4. SAĞLIK HABERCİLİĞİ

Sağlık muhabiri, yazılı ve görüntülü medya kuruluşlarında kamuoyunu sağlık alanıyla ilgili her türlü gelişme konusunda aydınlatma amacıyla görev yapan, konusunda uzmanlaşmış basın mensubudur.

Türkiye’de gerek yazılı gerekse görsel medya kuruluşlarında sağlık haberciliğinin geçmişi beş altı yıl öncesine dayanmaktadır. Muhabirlik mesleğinin önemli uzmanlaşma alanlarından biri olan sağlık muhabirliği, ülkemizde son zamanlarda tartışılmaya başlanan bir kavram olmasına karşılık, ABD başta olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde spesifik olarak gelişimini tamamlamıştır ve bugün bir uzmanlaşma alanı olarak birçok basın kuruluşunda ‘sağlık muhabiri’ sıfatıyla bu alanda uzmanlaşmış kişiler görev yapmaktadır. Ekonomi, politika, magazin ve spor muhabirliğine nazaran birçok basın kuruluşunda bu alanda görev yapan uzman muhabir sayısı azdır; ancak Türk medyasının bu alanın önemini kavrayor olması sevindiricidir.

Kitle iletişim araçlarından eğitim amaçlı yararlanmaya yönelik çalışmalara hemen her ülkede rastlamak mümkündür. Gerek sağlıkla ilgili bir konuda halka haber ya da bilgi ulaştırmak, gerekse kampanyalar çerçevesinde halkın katılım ve desteğinin sağlanması için bu araçlar yaygın bir şekilde

kullanılmaktadır. Türkiye toplumunun önceliklerinden olan ‘sağlık’ yazılı basında doğru kullanıldığında, sağlık eğitiminin çok etkili bir tamamlayıcısı olacak ve sağlıktaki eşitsizlikleri gidermek adına da katkı sağlayacaktır. Ülkelerin sağlık sorunları ve öncelikleri doğrultusunda işlenen konular farklılık göstermekle birlikte ana amaç değişmemektedir. Gelişmiş ülkelerde daha çok kronik hastalıklar, yaşlılık, AIDS ve yaşam kalitesinin yükseltilmesine yönelik konular işlenirken, gelişmekte olan ülkelerde bulaşıcı hastalıklar, kişisel hijyen, ana ve çocuk sağlığı gibi konular daha fazla ele alınmaktadır. Örneğin Singapur’da, ailelere yönelik, evlilik, aile sağlığı ve planlaması konularını içeren, önce televizyon, daha sonra gazeteler kullanılarak ve sinema, radyo, dergiler vb. ile desteklenerek başarılı sonuçlar veren bir eğitim programı uygulandığı bilinmektedir.

Sağlık muhabiri olarak basın kuruluşlarında çalışan kişilerin ise asli görevi, insan hayatıyla doğrudan bağlantılı olan sağlık alanındaki gelişmeleri kamuoyuna duyurarak halkın doğru bilgilenebilmesine katkıda bulunmak olmalıdır. Bu görevleri yerine getirirken başvurdukları haber kaynakları ise şöyledir: Sağlık Bakanlığı-İl Sağlık Müdürlükleri, Türk Tabipler Birliği ve buna bağlı olarak çalışan tabip odaları, SSK ve devlet hastaneleri, özel sağlık kurumları, sağlık ocakları ve poliklinikler, sağlıkla ilgili meslek odaları, sağlık emekçileri sendikaları, hekimler, hemşireler, eczacılar, diş hekimleri, diyetisyenler gibi sağlık alanında çalışan tüm görevliler. Sağlık muhabiri olarak basın kuruluşlarında görev alan kişiler, yukarıda belirtilen haber kaynakları ile sıkı bir ilişki içinde olmak durumundadır. Kendilerine ulaşan bilgileri kamuoyuna en yakın zamanda ve doğru olarak ileterek toplumun bilinç düzeyinin artmasına katkıda bulunurlar. Basın kuruluşlarında bu alanda çalışan kişilerin bir hekim kadar bilgi sahibi olması beklenemez. Ama en azından temel medikal konularda yeterli bilgi seviyesine sahip olması, hem daha kaliteli haber yapmasına hem de haber kaynaklarıyla daha sıcak ilişkiler içinde bulunmasına katkı sağlayacaktır. Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Klinik Bakteriyojoloji ve Enfeksiyon Hastalıkları Anabilim Dalı ile Klinik Mikrobiyoloji ve Enfeksiyon Hastalıkları

Derneği'nin (KLİMİK) işbirliğiyle düzenlenen '10. Türk Klinik Mikrobiyoloji ve Enfeksiyon Hastalıkları Kongresi' sonunda yapılan 'Enfeksiyon-Medya' konulu panelde "medya çalışanları arasında uzmanlaşma olmaması yüzünden her muhabirin her habere gönderildiği, bu yüzden hataların kaçınılmaz olduğu, bazen gülünç bazen de üzücü ve halkı yanlış yönlendirici bilgilerin gazetelerde ve televizyonlarda yer aldığı ifade edilerek, basında yer alan yanlış sağlık haberlerinin halkta paniğe yol açtığına"(127) işaret edilmiştir.

Sağlık haberleriyle ilgili, ilgili kurumlar tarafından belirlenen normlar vardır. 28-30 Mayıs 1998' de Moskova'da toplanan Dünya Sağlık Örgütü'nün düzenlediği 'Sağlık İçin İletişim' başlıklı toplantı sonucunda sağlık muhabirleri için hazırlanan "Moskova Rehberi'nde 9 madde yer almaktadır ki bunlar: 1. Önce zarar verme,2. Araştır, doğruyu bul,3. Umut verme (özellikle mucizevi tedaviden bahsetme),4. Kendine "bu haberden kim yararlanır" sorusunu sor, 5. Haber kaynağının gizliliği ilkesini unutma, 6. Vereceğiniz haberler hasta, sakat ve çocuklara aitse, bir kez daha düşün,7. Özel hayatı ve acıları haber yapma,8. Acıyı duygu sömürüsü için asla kullanma,9. Kararsız kalırsan haberden vazgeç! "(128) olarak sıralanmaktadır

Sağlık haberleriyle ilgili, ilgili kurumlar tarafından belirlenen normlara bir diğer örnek ise Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi ve Halkın Yararı İçin Sağlık Haberciliği Bildirgesidir.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi sadece sağlık haberciliğiyle ilgili değil, mesleğin tüm ihtisas alanlarıyla ilgili bazı temel etik ilkeleri içermektedir. Bildirgede belirtilen normların tamamı sağlık haberciliği

127) <http://www.saglik-info.com/NETGAZETE/haberarchive3.asp>, Erişim: 25.10.2005, Sağlık Haberciliğinde Uzmanlaşma Başladı

128) <http://www.ttb.org.tr/TD/TD67/13.html>, Erişim: 09.09.2002, Füsün Sayek, Sağlıklı Haber İçin Sağlıkçılara Düşen Nedir?

için de geçerli olmakla birlikte bu ihtisas alanıyla ilgili şu hükme yer verilmiştir: “Sağlık konusunda sansasyondan kaçınılmalı, insanlara umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar, kesinleşmiş sonuçlar gibi yayınlanmamalıdır. İlaç tavsiyesinde mutlaka uzmana danışılmalıdır. Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmelidir. Yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda hiçbir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır”(129).

Halkın yararı için sağlık haberciliği bildirgesi ise, tamamıyla bu uzmanlık alanına yönelik düzenlenmiş bir bildirgedir. Türk Tabipleri Birliği (TTB), Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği (ESAM) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK) yetkililerinin katılımıyla 1999 yılında gerçekleşen ‘Sağlık Bilinci ve Medya Toplantısı’ nda yayınlanan bu bildirmede “sağlık haberciliğinde uzmanlaşmanın desteklenmesi, sağlık habercisinin haber yapma konusunda özgür bırakılması ve bağımsız haber üretme görevini etkileyecek hiçbir konuda görevlendirilmemesi, sağlık haberlerinin sorumluluğunu sağlık habercisinin taşıması ancak, haberci-bilim adamı-hekim işbirliğini sağlayacak bilimsel danışma havuzu oluşturulması, sağlık alanındaki haber kaynaklarının da eğitilmeleri gerekliliği, sağlık muhabirliğinin iletişim fakültelerinde ayrı bir ders olarak kabul edilmesi, sağlık muhabirlerine sürekli eğitim olanağı yaratılması, tıbbi dergilerdeki araştırmaların haber kaynağı olarak kullanılmasının sağlanması”(130) gibi kararlar almışlardır. Nitekim bu bildirgenin ardından, Türkiye’de ilk kez İstanbul Tabip Odası ve İÜ İletişim Fakültesi’nin ortak girişimiyle, İletişim Fakültesi üçüncü sınıf eğitim programına ‘Sağlık Gazeteciliği’ dersi konulmuştur. Haftada üç saat ve tek dönem okutulan derste,

129) <http://www.saglik-info.com/NETGAZETE/haberarchive3.asp>, Erişim: 25.10.2005, Sağlık Haberciliğinde Uzmanlaşma Başladı

130) http://www.sagliginsesi.com/face/?sayfa=yazi_devam&hid, Erişim: 06.01.2005, Faik Çelik , Sağlık Haberciliği Ve Hekimler

uzman eğitimciler görev almakta ve hekimlik sorunları, hasta- hekim hakları, sağlık haberlerinde sık rastlanan hatalar gibi konu başlıkları yer almaktadır.

Yine, “İstanbul Tabip Odası, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) ve Eğitim Sağlık Muhabirleri Derneği’nin (ESAM) işbirliğiyle,1996’dan bu yana her ay Basın Müzesi’nde tüm hekimlerin ve gazetecilerin katılımına açık olarak ortak toplantılar yapılmaktadır. Basında sağlık haberlerinin daha doğru bir biçimde yer alması için Tabip Odası’nda “Sağlık Muhabirleri Meslek İçi Eğitim Kursu” verilmektedir”(131).

Ülkemizde bugün sağlık alanına ilişkin yazı ve haberler; sesli ve görüntülü yayınların içeriğinin yaklaşık % 6-10’unu oluşturmaktadır. Bu da hemen her yayın kuruluşunda çalışanların bu alandaki bilgilerinin daha çok arttırılması anlamına gelmektedir. Oysa Türk medya kuruluşları, sağlık alanında yarattıkları tahribatın farkına varmaktan, tıp eğitimi almış uzman muhabirler veya editörler istihdam etmekten, hiç değilse danışmanlar edinmekten epey uzak bir noktada durmaktadır. Böyle bir çaba, haber maliyetini artıracığı için pek rağbet görmemektedir. Medyada sağlık haberleri; ilgi çekicilik, sansasyon ve sözde ‘yeni bilimsel buluş’ eksenine oturtulmaktadır. Oysa sağlık muhabirleri bilimsel, tıbbi gelişmelerin, yeni keşiflerin milyonlarca insanın yaşamını nasıl etkileyebileceğini göz önünde bulundurmalı, haberlerini kaleme alırken herkesin ortak bilgiye sahip olmadığının bilincinde olmalıdır. “01- 31 Ağustos 2002 tarihleri arasında Akşam, Star, Türkiye, Yeni Şafak ve Zaman Gazeteleri’nde yayınlanan haberler incelendiğinde, sağlık konusunda 275 haber yayınlanmış olduğu görülmüştür. Bunların 41’inde sağlık hizmetleri ve sağlık çalışanlarının sorunları, sağlık skandalları ve hekim hataları bağlamında kişiselleştirilerek ele alınırken, 234 haberde popüler sağlık bilgisi aktarılmıştır”(132).

131) <http://www.istabip.org.tr/hf/hf297.asp>, Erişim: 21.07.2006, İstanbul Tabip Odası Başkanı Orhan Arıoğlu ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Nail Güreli İle Söyleşi: Hedef Sağlıkla Sağlık Haberleri ve İyi Hekimlik

132) Rıdvan Kanber, Medya ve Sağlık, Türk Sağlık- Sen Yayınları, No: 5, Ankara, 2003, ss. 134

Haberin yol açabileceği yarar ve zararların ön görülememesi bir tür tıp paparazziliği yaratmıştır. Kimi çaresiz, yoksul hastaların ekrana çıkarılarak tedavi ettirilmesini bir reyting alma yolu olarak bulan televizyonlarımız, milyonlarca çaresiz hastayı çözümü asıl aramaları gereken kurumlara değil, medyaya yönelterek onların umutlarını sömürmektedir. Anlaşılabileceği üzere sağlık konusunda uzmanlaşma son derece önem arz etmektedir çünkü, yapılan bir haberle binlerce insanda sahte umutlar yaratılmakta ya da binlerce insanın umudu söndürülebilmektedir. “Ülkemizde sağlık muhabirleri aynı zamanda eğitim veya din konularında da yazan muhabirlerdir”(133).

Sağlık muhabirliği tek başına bir uzmanlık alanı haline gelmeye başlamıştır. Hatta bir sağlık muhabiri tıp biliminin dışındaki biyoloji, kimya vs. gibi farklı bilimsel konuları da haberleştirebilecek seviyeye ulaşmaktadır. Ancak pek çok uzmanlık alanında olduğu gibi, sağlık haberciliğinde de uzmanlaşma ‘alan diplomasıyla’ değil, büyük oranda ‘alan tecrübesiyle’ sağlanmaktadır.

Sağlık muhabiri okurun cehaletine saygı göstermek zorundadır. Konuyu okur için anlaşılır kılmalıdır. Daha sonra, aynı konu ile bağlantılı haberler yaptığında okurdan ilgili konuları, ilgili açıklamaları hatırlamasını beklememeli, tekrar açıklamalıdır. Teknik terimleri sadece gerekli olduğu hallerde kullanmalıdır.

5. BİLİM VE TEKNOLOJİ HABERCİLİĞİ

Amerikan Hükümetinin New York Times Gazetesi’nden alarak atom bombasının icadı konusunda hükümetin basın bildirilerini yazmakla görevlendirdiği, ilk bilim muhabirlerinden William L. Laurence mesleğini, “Prometheus’un gerçek torunları olan bilim yazarları, bilimin Olympos’undan yani laboratuarlardan ve üniversitelerden ateşi alıp indiriyorlar”(134) şeklinde tanımlamaktadır.

133) <http://www.istabip.org.tr/bg/2004/042.html>, Erişim: 15.01.2004, Doğan Tılıç, Türk Medyasında Bir Mayın Tarlası: Sağlık Haberciliği, Tıp Dünyası, Sayı:116

134) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/print.php?sid=2183>, Erişim: 15.07.2003, Bilim Gazeteciliği

Bilim haberciliğinin geçmişinin, genel anlamda gazeteciliğin geçmişi kadar eski olduğu söylenebilir. Kamuoyuna iletilen haberlerin içinde bilinçli olarak ya da bilinçsizce kaleme alınmış bilimsel nitelikte haberler yer almıştır. Bilime ilgi duyan muhabirler çalıştıkları yayın organında, sıkça, bu türden haberleri kaleme almışlardır. Bilim ve teknolojinin basında kendini hem ciddi hem de sansasyonel biçimde gösterişi 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Bilim muhabirliğinin 19. yüzyılda şekillenmiş olması, sanayi devriminin yankılarının duyulması ile açıklanabilmektedir. Mekanizasyonun yüceltildiği bu dönemde kamuoyunun bilim ve teknolojiye ilgisi artmıştır.

“1830’ larda bir Londra Gazetesi, Athenaeum, Londra Jeoloji Derneği’nin toplantılarına, sayfalarında düzenli olarak yer ayırmaya başlamıştır. Bu yüzyılın sonlarında çeşitli Avrupa ve Amerika gazeteleri, Thomas Huxley, Louis Agassiz ve Asa Gray gibi, çalışmalarını halka tanıtmaya çabasında olan ve bu yüzden seyahat ederek konferanslar veren bilim adamlarından söz etmeye başlamışlardır. Bilim gazeteciliğindeki önemli adımlardan biri de, 1921 yılında Edwin W. Scrippes tarafından Bilim Servisi(Science Service)’nin kurulmasıdır ki bilim servisi, bilim haberlerini halkın anlayabileceği türde kaleme alarak sunan ilk ajanstır”(135). Bilim Servisi, bugün varlığını etkin olmayan bir biçimde Science News dergisiyle birlikte sürdürmektedir. “Sovyetler Birliği 1957 yılında Sputnik adlı uyduyu uzaya fırlatana dek Amerikan medyası, personeline bilim konusunda uzmanlaşmış habercileri dahil etmemişti. Önceleri, sadece haber ajansları ve New York Times, Washington Post gibi birkaç öncü gazete bilim alanında uzmanlaşmış kişileri istihdam etmekteydi. Esas itibarıyla bu kişiler de gazetecilikte yetişmiş kişilerdi. Fakat bunlar aynı zamanda fen konularında da eğitim gördüklerinden hem meslektaşlarının hem de bilim adamlarının takdirini kazanmışlardı”(136). Sputnik’in ABD’ye, dünyanın yeni bir çağa girdiğini fark

135) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/print.php?sid=2183>, Erişim: 15.07.2003, Bilim Gazeteciliği

136) John Hohenberg, Gazetecilik Mesleği, çev: Filiz Ofluoğlu, Gazetecilik Cemiyeti Yayınları No:1, İstanbul, 1963, ss.319

ettirmesiyle birlikte medya, bu konuya uzaya uydu gönderme eyleminden çok etkilenen okuyucu ve izleyicilere neden yeni bir çağın başlangıcı olduğunu açıklamaya çalışmıştır.

Bilim haberciliği ancak yirminci yüzyılın ilk yarısından itibaren, başlı başına bir uzmanlık alanı olarak yükselişe geçmeye başlamıştır. Bilim haberciliği bugün çoğu gelişmiş batı ülkesinde, üniversitelerde, üzerine lisans, yüksek lisans ve doktora programları açılan, üyelerinin federasyon ve konfederasyon çatısı altında örgütlendiği bir alan iken, ülkemizde henüz hak ettiği noktada değildir. Ayrıca gelişmiş ülkelerin hükümetleri, üniversiteleri ve bilimsel alanda ürün veren büyük kuruluşları, bilim gazeteciliğine büyük kaynaklar aktarmakta, yayın organlarını bilimsel içerikli basın bültenleriyle beslemektedir.

Arizona State Üniversitesi' nin bilim muhabirleriyle yaptığı araştırma-ki araştırma 45 büyük metro gazetesinde çalışan iyi eğitilmiş, birkaç lisans sahibi 50 muhabir üzerinde yapılmıştır- şu sonuçları ortaya koymuştur:

“Yeni bir bilim muhabiri jenerasyonu ortaya çıkmaktadır. Bunlar daha hevesli ama daha az öğreticilerdir. Halkın bilim konusundaki eğitimi düşük olduğundan yüzeysel bilgiler verme eğilimindedirler. Bilimsel yanı ciddi verilerle desteklenmiş bilim haberlerinin kalitesi yüksektir ancak okunma oranı düşüktür. Pek çok gazeteci haberi sansasyonel yapma eğilimindedir”(137).

Bilim muhabirleri “memnun edilmesi güç bir kitle olan bilim adamları ve tıp doktorlarından hem saygı görmekte, hem de eleştirilmektedirler. Nadir görülen bir cilt kanseri türüne neden olan kalıtsal faktörleri bulan California Üniversitesi doktorlarından Dr. John E. Cbuere'e araştırması için fikir veren Perlman adlı bir gazetecidir”(138).

137) Jim Willis, The Shadow World Life Between The News Media and Reality, Library of Congress Catalog, 1991, ss. 162

138) M.L Stein, Getting and the Writing the News a Quite to Reporting, California State University, Longman Series in Public Communication, New York-London, 1985, ss. 177

Bilim adamları ile gazetecilerin birlikte çalışması, birbirlerine destek vermeleri bu haberlerin kalitesini yükseltmiş dolayısıyla bilim haberleri toplumun daha fazla ilgisini çeker hale gelmiştir. Öte yandan bilim adamları, muhabirlerinin bilgisizliğinden, yanıltıcı ifadeler kullanılmasından, haberlerin güvenilir olmayan kaynaklara dayandırılmasından son derece rahatsızdırlar. “Avrupa Nükleer Araştırmalar Örgütü (CERN)'nün öncülüğünde 1994- 1995 yıllarında düzenlenen, aralarında Türkiye'nin de yer aldığı, Avrupa'nın çeşitli ülkelerinden 800 kadar bilim adamı ve 80 civarında bilim yazarının katıldığı ‘Bilim ve Medya’ araştırmasında yapılan anketlerin değerlendirilmesi sonucunda, bilim adamlarının başarılı bilim haberlerine şaşırı derecede duyarlı oldukları ve karşılık verdikleri görülmüştür. Buna göre, araştırmaya katılanların yüzde 28'i gazeteciye çalışma arkadaşlarına övmekte, yüzde 13'ü gazeteci veya editörünü arayıp kutlamakta ve yüzde 9'u, farklı olumlu tepkilerle haber hakkındaki görüşlerini duyurmaktadır. Ancak, bilim adamları hatalı bir haberle karşılaştıklarında yüzde 69 oranında tepkisiz kalmakta, yüzde 15'lik bir oranla editörü arayarak hatayı düzeltmeye çalışmaktadırlar”(139).

Bu verilerden, bilim insanlarının basında yanlış bilimsel haberle karşılaşmayı her şeye rağmen önemli ölçüde kanıksamış durumda oldukları görülmektedir

Bununla birlikte yurt dışında kitle iletişim araçlarının tamamı toplumsal sorumluluk gereği, yürütülen pek çok kampanyada eşgüdümlü çalışarak görevlerini yerine getirmektedir. Başta ABD olmak üzere birçok Avrupa ülkesinde bu işe geniş bir perspektifle yaklaşılmaktadır. Tüm dünyada bilim muhabirleri ilgili oldukları konu ile bilim dünyasını yakından izlemekte, uzmanlık dergilerini okuyarak araştırma dünyasının nabzını tutmaktadırlar. Şu anda bilim ve tıp dünyasından son derece iyi anlayan, uzman haberciler istihdam edilmektedir. “Mektepli bilim yazarları nadiren akademik düzeyde gazetecilik

139) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/print.php?sid=2183>, Erişim: 15.07.2003, Bilim Gazeteciliği

eğitimi de almıştır. ABSW(Association of British Science Writers) yetkililerinden, İngiltere'de çalışan bilim yazarlarının çoğunun, temel bilimlerde lisans, yüksek lisans, hatta bazen doktora sahibi olduklarını öğreniyoruz”(140).

Bilim muhabirleri, bilim dergileri, basın bültenleri, konferanslar, sempozyumlar, laboratuvar ve araştırma merkezi yayınları, niversiteler ile ajanslardan edindikleri bilgileri haber, yorum ve araştırma yazıları şeklinde kaleme almakta, popüler bilim yazarı veya bilim yazarı olarak da anılabilmektedirler. Tıpkı diğer uzmanlık alanlarında olduğu gibi, bu kişilerin yaptığı iş alana özgü bir birikim, kültür ve genel çerçevede gazetecilik formasyonunun yanı sıra, araştırmacı gazetecilik nitelikleri de gerektirmektedir.

Pek çok ülkede bilim muhabirliğini teşvik etmek, özendirmek, niversite ve sanayi kuruluşlarındaki araştırma ve geliştirme programlarına verilen destek kadar, hatta bunun da ötesinde önem taşımaktadır. Ar-Ge çalışmalarına ayrılan bütçenin büyüklüğünü de, kamuoyunun bunun gerekliliğine olan inancı belirlemektedir. Kamuoyunun bilimsel verilere duyarlılığının sağlanması, bilimsel çalışmalar ve gelişmeleri takip etmesi, sadece bunlara ayrılan bütçenin gerekliliğinin kabul edilmesi için değil, bu kaynağın doğru ve gerektiği gibi kullanıldığının denetlenebilmesi için de gereklidir. Medya, diğer pek çok alanda olduğu gibi, bilim konusunda da kamuoyunu besleyen veya a bırakan, kimi zaman da yanlış yönlendiren tartışmasız güçtür.

Gazetelerin bilim konularındaki yayınları, ne yazık ki halkın bilimsel kavramlarla ilgili kültürünü arttırmaya yetmemektedir. Çünkü bilim insanlarına mistik bir gözlükle bakılmakta, onlardan büyük felaketleri önceden haberdar etmeleri hatta önlemeleri, çaresiz hastalıklara deva bulmaları beklenmektedir. Bilim haberlerinin magazinsel bir dille kaleme alınması da bilimsel kültürünü oluşmamasına neden olmaktadır.

140) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/print.php?sid=2183>, Erişim: 15.07.2003, Bilim Gazeteciliği

Bilim muhabirliğinin gelişim çizgisi incelendiğinde, bilim ve teknoloji alanında yaşanan gelişmelerin belirli dönemlere damgasını vurduğu söylenebilir. 1960'lar bilim ve teknoloji alanında devrimlerin ve icatların yaşandığı bir dönem olmuş, muhabirler ağırlıklı olarak uzaya uydu gönderme eyleminden çok etkilenen halkı bilgilendirmeye yönelik haberler yapmışlardır. 1970'lerde ise yoğun olarak çevre haberleri yapılmıştır. 1980'lerde teknolojik coşku yeniden doğmuştur. 1990'lar yüksek teknoloji, bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmelere duyulan ilgi dönemidir. 2000'li yılların başları ise dijital devrime işaret etmektedir.

“TÜBİTAK'ın Aralık 2005'de Türkiye genelinde 15-24 yaş arasında 1033 gençle yüz yüze görüşme tekniği ile yaptığı 'Bilim Toplumu Araştırması'nda, düzenli gazete ve kitap okuyanlar yüzde 20 dolayındadır. Deneklerin yüzde 30'u dergi aldığını söylemektedir ve en çok tercih edilenler yüzde 6,3 lük oranla bilim ve teknoloji dergileridir. Ardından otomobil (yüzde 5,7), gençlik (yüzde 4,8) ve haber dergileri (yüzde 4,7) gelmektedir. Araştırmada 'bilime olumlu yaklaşan' kişilerin oranının yüzde 38 olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma, bilim ve teknoloji alanında en çok tıp ve internete ilişkin gelişmelerin ilgi çektiğini, Avrupa ile karşılaştırıldığında, bilim ve teknoloji konularının ilgi çekme oranının düşük kaldığını, bilime vakit ayırma düzeyinin de neredeyse yarı yarıya düşük olduğunu ortaya koymaktadır. Kimi çok temel bilimsel sorulara doğru cevap verme oranı Avrupa ortalamasında yüzde 70 iken, Türkiye'de yüzde 51'dir”(141). Okullardaki bilim ve teknoloji eğitimi, mezuniyet sonrasında medya aracılığıyla devam etmektedir. Dolayısıyla Türkiye'de bilim ve teknoloji haberciliği konusunda harekete geçilmesi gerekmektedir. Magazin basınına yönelik içi boş bilim haberleri yapmaktan ve bunların üzerine zorlama bir şekilde mistik bir hava yüklemekten vazgeçilerek bilim haberciliğine hak ettiği değer ve önem verilmelidir. Bunu sağlamanın yolu basın kuruluşlarının hem görev yaptığı alana yönelik altyapısı hem de gazetecilik formasyonu olan habercileri istihdam etmesidir.

141) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=5716>, Erişim: 31.01.2006, Erkan Yüksel, Türk Gençinin Bilim ve Teknoloji Haberlerine Bakışı

6. EĞİTİM HABERCİLİĞİ

Eskiden ihmal edilip de, gazeteciliğin uzmanlaşması ile birlikte yeniden canlanan alanların başında eğitim gelmektedir. Her fırsatta ve her ortamda eğitimin öneminden bahsedilmesine rağmen eğitim muhabirliği, Türkiye’de hak ettiği noktada değildir. Eğitim sayfalarına ağırlık verilmesi ve eğitime yönelik ekler çıkartılması ne yazık ki sadece sınav dönemlerinde akla gelmektedir. Oysa “Türkiye’de okul öncesinden başlamak üzere yüksek lisans ve doktorasına kadar 20 milyona yakın öğrenci, 600 bine yakın öğretmen ve üniversitelerdeki 80 bin akademik personele kadar büyük bir kitleyi ilgilendiren haber konuları vardır”(142). Bu yüzden gazetelerin pek çoğunda eğitim muhabirleri istihdam edilmektedir. Bazı gazetelerde ise eğitim servisleri bulunmaktadır.

Türkiye’de eğitim ‘örgün’ ve ‘yaygın’ eğitim olmak üzere iki grup dahilinde incelenebilir. Örgün eğitim; okul öncesi eğitim (kreş, anaokulu, ana sınıfı), okul eğitimi, zorunlu eğitim (sekiz yıllık ilköğretim), lise, yüksek öğretimi (önlisans, lisans, yüksek lisans, doktora); yaygın eğitim ise çeşitli dil kursları, okuma yazma kursları, bilgisayar, muhasebe gibi büro kursları, bıçkı-dikiş, ev ekonomisi, çiftçi eğitimi gibi pratik kazanma ve tasarruf sağlamaya yönelik kurslar, meslek kazandırmaya yönelik eğitim (askerlik döneminde meslek edinme, cezaevlerinde meslek kazandırmaya yönelik kurslar, Halk Eğitim Merkezleri’nce yürütülen meslek edinme kursları, cilt bakımı ve kozmetik ile ilgili olarak Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı özel merkezlerce yürütülen kurslar) ve özel eğitimleri (aile eğitimi, dini eğitim, spor amaçlı eğitim gibi) kapsamaktadır. Bir eğitim habercisinin haber bulma sıkıntısı yoktur. Bir yılın içine yayılmış rutin haberlere, YÖK tartışmaları, eğitim reformları, imam hatip tartışmaları, sınav sisteminde yapılan değişiklikler gibi yıllardır devam eden tartışmalı konular, toplumsal

142) Tuncer Çetinkaya, Eğitim Muhabirliği, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl:1, Sayı:4, İstanbul, 2006, ss. 76

katmanlar arasındaki farklı eğitim koşullarının olması ve bu eşitsizliğin öğrencilere yansımaları, eğitim kurumlarının fiziksel altyapı eksikleri ve eğitim felsefesindeki sorunlar gibi kronik hale gelmiş sorunlar eklendiğinde Türkiye’de görev yapan bir eğitim muhabiri konu sıkıntısı çekmemektedir.

Yaklaşık 20 milyon öğrencisi olan genç nüfuslu ülkemiz, ne yazık ki eğitim ve öğretimi devlet eliyle yürütmekte zorlanmaktadır. Hem özel okulların hem de Milli Eğitime Bakanlığı’na bağlı devlet okullarının durumu içler acısıdır.

Her kim iktidara gelirse gelsin ilk yaptığı iş, Milli Eğitim’deki yöneticileri değiştirmektir. Bugün pek çok okul, velilerin desteği ve bağışlarla ayakta durabilmektedir. Okul yönetimleri zorunlu olarak her yıl bağış adı altında kayıt paraları toplamakta, buna mecbur kalmaktadırlar. İkili öğretim yapılmasına rağmen, bazı sınıfların mevcudu 60’a dayanmaktadır. “Öğretmenlerin yüzde 87’si aldığı maaşla geçinememekte ve ek iş yapmak zorunda kalmakta, yüzde 60’ı günlük bir gazete bile alamamaktadır ki bu durum öğrencilere doğrudan yansımaktadır. Merkezi Paris’te bulunan Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı’nın (OECD), üye ülkelerin vatandaşlarının ortaöğrenim başarısını ele alan araştırmasına göre Türkiye, yüzde 30’luk başarısıyla 30 ülke arasında 29.sırada yer almaktadır”(143). Bir zamanlar UNESCO aracılığıyla, içinde başta Köy Enstitüleri bulunan Türk eğitim- öğretim modeli, dünyaya örnek olarak sunulurken, 21. yüzyılın temel değerlerini öğrenciler aktarmaktan yoksun eğitim sistemimiz, bireysel ve toplumsal beklentilere de yanıt veremez hale gelmiştir.

Eğitim, bu denli önem arz etmesine rağmen, eğitim alanındaki uzman haberci eksikliği yüzünden sadece okullarda kayıt dönemi sırasında yada eğitim- öğretim yılı içerisinde bağış, aidat adı altında toplanan paralar, okullardaki aşk cinayetleri, şiddet olayları büyük gazetelere konu olmaktadır. Yerel bazda

143) <http://www.netyorum.com/sayi/162/20050406-07.html>, Erişim: 18.10.2005, İbrahim Ortaş, Orta Öğretimden Üniversiteye Taşınan Eğitim ve Öğretim Sorunları

çıkan gazetelerde ise, bir okula atanan yada ayrılan yeni bir öğretmen bile haber olabilmektedir.

Eğitim insanın bireysel, çevresel ve sosyal yönlerden başarıya ulaşmasında; bir ulusun da refahı ve geleceği için merkezi konumdadır. Ayrıca eğitim; toplumsal ve ekonomik kalkınmanın da itici bir gücü olarak tüm sektörleri etkilemektedir. Bilginin güç olarak görüldüğü çağımızda bireysel, toplumsal ve evrensel gelişimin temel boyutunu eğitim oluşturmaktadır. Bu nedenle; ‘ bilgi toplumu’ olma çabasındaki toplumların hedefi; eğitimin tüm yönleriyle ele alınıp değerlendirilmesi ve gelişim esaslarının bireysel, ulusal ve evrensel boyutlarıyla dönüştürülmesi olmalıdır. Eğitimin toplumdaki yeri birçok sosyolojik yaklaşımla açıklanmaya çalışılmakla birlikte, işlevselci, çatışmacı ve etkileşimci teoriler temel olarak ele alınmaktadır. İşlevselciler eğitimin açık ve gizli işlevlerine değinerek, eğitimin en önemli işlevleri arasında bilginin aktarılması, bireyi mesleki yaşama hazırlama, toplumsal değer ve normları yeni nesillere aktarmanın geldiğini söylemektedirler. Kültürün aktarılması, toplumsal, siyasal bütünleşmenin ve toplumsal kontrolün sağlanması ile toplumsal değişimin sağlanması eğitimin gizli işlevleri arasındadır. Çatışmacı görüş ise, eğitim ve okul sistemini egemen sınıfların faydasına hizmet eden kurumlar olarak değerlendirir. Çatışmacı kuram, eğitimdeki eşitsizliğe dikkati çeker ve eğitim sistemin toplumsal eşitsizliği arttırdığını öne sürer. Etkileşimci görüş ise, insanların düşünme kapasitesine sahip olduklarını, düşünme kapasitesinin ise toplumsal etkileşime göre biçimlendiğini vurgular. Bu bağlamda öğrencilerin tutum ve davranışlarının oluşmasında öğretmenlerin öğrencilere karşı olan yaklaşımı ve öğretmenin okulda oynadığı rol önem kazanmaktadır.

Toplumun eğitime bu denli önem vermesi, en genç ve tecrübesiz habercileri bu alana yönlendiren gazete yönetimlerini de zorlamıştır. Gazetecilikte uzmanlaşmış haberciler bu alana kaydırılmaya başlamıştır. Eğitim habercilerinin sayısının artmasının yanı sıra, eğitim- öğretim sürecindeki çocuklara, gençlere

yönelik, onların eleştiri güçlerini geliştirmeyi hedefleyen yayınların yazılı basında yer alması yönünde bir kamu baskısı da söz konusudur.

Türkiye’de görev yapan eğitim habercilerinin haber kaynakları Milli Eğitim Bakanlığı, İl Milli Eğitim Müdürlükleri, Yükseköğretim Kurulu(YÖK), üniversiteler, devlet ve vakıf okulları, eğitim sendikaları, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu(TÜBİTAK), Türkiye Akademisi(TÜBA), Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi(ÖSYM), yöneticiler, mütevelli heyeti başkanları, bölüm başkanları, öğretim elemanları, öğrenciler, veliler, çeşitli dallarda eğitim veren kurs ve dershaneler, okul servisleri, okul personeli (temizlik elemanlarından kantin işletmecilerine kadar) vs.dir. Eğitim muhabirinin haber kaynakları ağırlıklı olarak devlet memurudur ve 657 sayılı yasaya göre devlet memurlarının basına bilgi vermesi yasaktır. Ancak ‘eğitim’ alanına yıllarını vererek kurumların yapısını ve işleyişini öğrenen, haber kaynaklarıyla sağlam ilişki kurmayı başarmış olan uzman eğitim muhabiri, resmi kaynaklardan haber alabilmektedir.

“Türkiye’de görev yapan bir eğitim habercisi, öncelikle alanıyla ilgili kanun ve yönetmelikleri bilmek zorundadır. Bunların başında Anayasa’nın din ve vicdan hürriyetini belirleyen 24’üncü, eğitim ve öğrenim hakkı ile ödevini belirleyen 42’inci, yükseköğretim kurumları ile üst kuruluşlarının görevlerini belirleyen 130 ve 131’inci maddeleri gelir. YÖK ile üniversiteleri ilgilendiren 3547 sayılı yasa ve Milli Eğitim Temel Kanunu eğitim alanı ile ilgilenen habercinin bilmesi gereken yasalardır”(144). Bunun yanı sıra bir eğitim muhabiri Türkiye’nin eğitim tarihini, bilim tarihini, reform hareketlerini bilmek zorundadır.

Ayrıca, eğitim sisteminin işleyişini, eğitim felsefesini ve psikolojisini, alanıyla ilgili temel kavramları iyi bilmelidir. Alandaki uygulamaların farkında

144) Tuncer Çetinkaya, Eğitim Muhabirliği, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl:1, Sayı:4, İstanbul, 2006, ss. 77

olmalıdır. Eğitimde yapılan reformların yansımalarını gözlemlemek ve araştırmak da eğitim muhabirinin ilgilenmesi gereken konulardan biridir. Kendilerine gönderilen basın bültenleri, duyurular ve davet edildikleri basın toplantıları ile yetinmemeli, rutin bir haberden özel haber çıkartabilmelidir. Örneğin üniversite sınav sonuçlarının açıklanması rutin bir konudur ama bir Fen ya da Anadolu Lisesi birincisinin üniversiteyi kazanamaması özel bir haberdur. Alanında nelerin olup bittiğinden haberdar olan bir haberci, bir veriyi kendi alanına uyarlayabilir. Taşrada görev yapan zeki bir haberci, bazı olaylardan ya da kişilerden yola çıkarak, bir olayı ulusal düzeye taşıyabilir. Eğitime aktarılan fonlar, sistem ve müfredat değişiklikleri ve bunların yansımaları, bir okulun mezunları ve bunlarla ilgili istatistikler haber değeri taşıyan konulardır. İşleniş biçimine bağlı olarak bu haberler, yerel ve bölgesel düzeyden çıkıp ulusal basında da yer alabilir.

7. SPOR HABERCİLİĞİ

Spor artık boş zamanları doldurmak için kullanılan bir araç değil, insan doğasının bir gereği olarak görülmektedir. Hollandalı tarihçi Johan Huizinga; dik yürüyen insan (homoerectus) ve düşünen insandan (homosapiens) sonra evrimin son halkasına oynayan insanı (homoludens) yerleştirmektedir. “Huizinga özetle, düşünen, işlerini yapması için makineler üreten insanın, boş zamanını biyolojik olarak bir işlevi olmayan ‘oyunlarla’ geçirdiğini söylüyor. Sıkılma hissinin doğurduğu ‘oynama güdüsünün’ herkesin içinde varolduğunu ve bunun yeni bir evrim seviyesi olduğunu iddia ediyor. Huizinga’ya göre sanat, spor, şans oyunları gibi olgular ‘homoludens’ in oynama güdülerini doyurmak için ortaya çıkmıştır”(145).

Spor sahalarına baktığımızda, oynayan ve onları seyrederek zevk alan insanları görmekteyiz. İnsanlığın büyük bir bölümü spor yapmayı ve izlemeyi en

145) Spor Spesifik Pazarlama İletişimi Dergisi, Ocak- Şubat 2003, Media Cat, ss.22

önemli ihtiyaçlarından biri olarak görmektedir. Oysa ekonomisine bakıldığında da ‘beslenme, ısınma, enerji üretimi’ gibi parasal açıdan yaşamsal önem taşıyan endüstrilerin yanında ‘oynayan insan’ın ihtiyaçlarını karşılayan spor endüstrilerinin de en az diğer dallar kadar büyüdüğü görülmektedir.

‘Oynayan insan’ı konu edinen spor muhabirliğine geldiğimizde, bu alan Türk basınının en köklü uzmanlık alanlarından biridir. Ancak Türk sporunun gelişimine paralel bir çizgide ilerleme göstermemiştir. Nezih Demirkent bu konuda “Bir okur olarak memnun değilim spor sayfalarından. Yapısal gelişme olmadı, gerileme oldu spor basınında”(146) demektedir. Toplumun büyük bir bölümünün sadece futbolla ilgilendiği, tenis, bisiklet, artistik patinaj, su sporları gibi farklı sporların neredeyse bilinmediği ülkemizde bu alanlarda uzman muhabir istihdam edilmemektedir. TSYD (Türkiye Spor Yazarları Derneği)’de yönetim kurulu üyeliği yapan spor yazarı Öcal Uluç, bundan 30- 40 yıl önce spor sayfalarının, ekranların sadece üç büyük kulübün ve futbolun duvarları arasında hapsolmediğine işaret ederek “Fransa Bisiklet Turları, Celal Sandal’ın boks maçı, Cahit Önel ile Ekrem Koçak’ın atletizmde Türkiye Şampiyonası’nda 1500 metre yarışları günlerce manşet olurdu. Fenerbahçe- Galatasaray antrenmanlarını izler gibi Cahit Önel ile Ekrem Koçak’ın antrenmanlarını izlerdik, demeçleri alınır, antrenörleriyle konuşulurdu ve yarış günü atletizm sahası ağzına kadar dolardı”(147) diyerek Nezih Demirkent’in tespitini desteklemektedir.

Araştırmalar, okurların gazeteyi ellerine aldıklarında ilk önce spor sayfalarına ya da spor eklerine baktıklarını ortaya koymaktadır. “1998 yılında ABD’de yapılan bir araştırma da, internet kullanıcılarının % 39 ile spor haberleri

146) Hıncal Uluç, Sarı Kırmızılı Kaşkol, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1987, ss.24

147) Öcal Uluç, Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği, Futbol, Medya ve Olimpiyat Semineri, Belek/ Antalya , 23- 24 Aralık 1997, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, ss. 24

aradıklarını oraya koymuştur”(148). Anlaşılağı üzere spor haberleri basında en fazla ilgi gören haber türleri arasındadır. Ulusal gazetelerdeki spor sayfalarının yanı sıra, çeşitli spor dallarına yönelik bağımsız gazete ve dergiler çıkartılmakta, televizyon kanallarındaki haber bültenlerinde spora mutlaka yer verilmekte, radyo ve televizyonlarda özel spor programları yayınlanmaktadır. Haber bültenlerinde spor haberlerinin hava durumundan sonra son haber olarak verilmesi, televizyon yazarlarınca eleştirilmesi, spor haberlerine duyulan ilginin göstergesidir.

“Türk basınındaki ilk spor yazısı, 14 Mart 1891’de Ali Ferruh Bey’in Fransa’dan yazdığı eskrimle ilgili yazıdır. Yani beden eğitimi kavramının okullara girmesinden tam 52 yıl sonra.”(149). Bu yıllarda spor yazıları ayrı bir dal olarak geniş yer bulmayarak, sadece gazeteler içinde küçük haberler olarak yayınlanmıştır. Futbol kulüplerinin kurulmaya başlamasıyla gazetelerde yayınlanan spor haberlerinde de ciddi artış görülmüştür. “Ülkemizde spor gazeteciliğinin ilk ürünü 28 Eylül 1910 tarihinde yayınlanan ancak ekonomik nedenlerle sadece 6 sayı yayımlanan ‘Futbol’ adlı dergidir. Bu dergide yarısı Türkçe, yarısı Fransızca olan yazıların hemen hemen tamamı, ilk spor yazarlarımızdan Burhan Felek tarafından kaleme alınmıştır.1911 yılında Selim Sırrı Tarcan, ‘Terbiye ve Oyun’ adlı sporun farklı branşları üzerinde duran bir dergi çıkarmaya başlamış, ancak kısa bir süre sonra kapanmıştır. Gündelik bir gazetede bir futbol maçının yayınlanması ise ilk defa 1911 yılında, Tasvir-i Efkar gazetesinde gerçekleşmiştir. 1913 yılında Lemi Bey, Türk spor basın tarihinin üçüncü dergisi olan İdman’ı çıkartmıştır. İlk haftalık spor dergisi olan İdman’da çeşitli spor branşlarıyla ilgili haber ve makaleler yayınlanmıştır.

Cumhuriyet döneminde ise devlet sporla daha yakından ilgilenmeye başlamıştır. Sporla ilgili olarak çeşitli organizasyonlar, Türkiye İdman

148) <http://people-press.org> , Pew Research Center Biennial News Consumption Survey, The Pew Research Center for People & the Press, June 8, 1998

149) Semih Eroğlu, Türk Spor Basını, A.Ü’ nin Kuruluşunun 40. Yılına Armağan Yıllık, Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1987, ss.137

Cemiyetleri İttifakı(1923) gibi kurulmuştur. Bu dönemde çeşitli spor dergileri yayın hayatına başlamıştır. Normal gazete boyutlarında ilk spor yayını ise ‘Spor’(1945) adıyla Muvaffak Menemencioğlu tarafından kurulmuştur ‘Spor’ un ardından ‘Futbol’, ‘Fener’, ‘Türk Spor’, ‘Galatasaray’, ‘Özfenerbahçe’ gibi yayınlar gelmiştir. Hürriyet Gazetesi 1948 yılında olimpiyatları birinci sayfadan vermiştir. Milliyet Gazetesi de olimpiyat oyunlarını geniş detayları ile halka iletmede büyük çaba göstermiş ve okur da bu sayede sporla yakından ilgilenmeye başlamıştır. Türkiye’nin ilk günlük spor gazetesi ise 1953 yılında Habip Edip Törehan tarafından yayımlanan ‘Türkiye Spor’ dur. Ardından, Osman Kermen ile Dilaver Uzgören’in çıkarttığı günlük spor gazetesi olan ‘Spor’ gelmiştir. 1958 yılında Dünya Gazetesi, spor haberlerini birinci sayfadan vererek, spor gazeteciliğinin önem kazanmasına katkıda bulunmuştur”(150). Tüm bu spor gazeteleri toplumun sporu sevmesinde, ilgilenmesinde önemli rol oynamışlardır. 1964 yılında İstanbul’daki tüm gazetelerin spor temsilcilerinin konsensüsü ile TSYD kurulmuştur. Ofset teknolojisi ile birlikte 1960’lı yılların sonundan itibaren spor basını daha da güçlenmiş, özellikle haftalık yayınlanan ‘Fotospor’ dergisi büyük tirajlara ulaşmıştır.

1968 yılında Tercüman Gazetesi bir spor ilavesi yayınlamaya başlamıştır. 1970’li yıllar ise spor gazetecilerinin duayenlerince "mesleğin altın yılları" diye anılmaktadır. Toplumun spora olan ilgisinin artması, ulusal gazeteleri harekete geçirmiş, spor servisleri kurmuşlar, spora ayırdıkları yer ve sayfa sayısını da arttırmışlardır.

Türkiye’de spor gazeteciliği 1985’li yıllara kadar gazetecilik orijinli kişiler tarafından icra edilmiş, verimli birliktelik, karşılıklı anlayış ve mesleki dayanışma sergilenmiştir. 1990’lı yıllarda ise spor gazeteciliğinde eski profesyonel futbolcuların hakimiyetini görmek mümkündür. Futbolu bırakmış eski star futbolcular istihdam edilmiştir. Ticarileşmenin etkileriyle spor

150) Rıdvan Bülbül, Genel Gazetecilik, Nobel Yayınları, Konya (tarih belirtilmemiş), ss.230

müdürlerinin yetkilerinin azaldığı, buna karşın spor gazetesi sayılarında artışlar olduğu gözlemlenmektedir. 1989 yılında günlük spor gazetesi Fotospor, ardından 1991’de Foto Maç ve 1993’de Spor adlı gazeteler yayın hayatına başlamıştır. Her takım için ayrı ayrı sayfalar hazırlayan ‘Spor’ gazetesinde sayfaların üzerine takımların adı yazılarak, o sayfaların editöründen muhabirine ve yazarına kadar tüm çalışanlarının o takımın taraftarı olmasına dikkat edilmiştir. Bu gazetenin ulaştığı tiraj, diğer spor gazetelerinin de aynı yolu izlemesine neden olmuştur. 1995 yılından itibaren Erman Toroğlu ile başlayan süreçte, futbol hakemlerinin ver(me)diği kararları yorumlaması ile başlayan yeni bir tarz gelişmiştir. Son olarak da spor medyasına futbol takımları eski yöneticileri, iş adamları ve sanatçıların katılmaya başlaması, okur/izleyici sayısını arttırmakla beraber, spor gazeteciliğinin güvenilirliğini ve saygınlığını yitirme sürecini hızlandırmıştır.

Çalışan ya da emekli olmuş sporcular, antrenörler, taraftarlar, stadyumlar, sporcuların antrenmanları, spor salonları bir spor muhabirinin haber kaynaklarıdır. Spor haberciliği, haberde bulunması gereken hız ve tazelik özelliklerinin ön plana çıktığı bir uzmanlık alanıdır. Bu nedenle devam eden spor karşılaşmalarıyla ilgili farklı baskılar için ön yazı, devam yazısı ve sonuç yazısı yazmak gerekmektedir. Spor haberleri, skor vermenin yanında maç öncesi sporcuların ve taraftarların nabzını tutmaktan başlayarak, maç sonrası gelişmelere kadar, sporcuların özel yaşamlarından kamp çalışmalarına değin geniş bir yelpazede haberler verebilmektedir. Özellikle futbol karşılaşmalarına ilişkin haberler, maçın önemine bağlı olarak, son derece ayrıntılı olarak hazırlanmakta, karşılaşmanın öncesi ve sonrası da tüm ayrıntılarıyla verilerek yaşanan atmosfer okuyucuya yansıtılmak istenmektedir. Futbol haberlerinde, karşılaşma boyunca yaşanan gol ya da goller, penaltılar, kırmızı kartlar gibi gelişmeler, taraftarlar arasındaki kavgalar, yöneticiler ya da futbolcular arasındaki söz düelloları, güvenlik önlemleri gibi karşılaşma öncesinde stad dışındaki ve içindeki çeşitli gelişmeler, karşılaşmadan sonra ise futbolcuların, teknik direktörlerin ve yöneticilerin görüşleri, futbolcuların performanslarına ilişkin karneler ve varsa karşılaşma sonrasındaki olaylara ilişkin yazılar ve fotoğraflar yer alır.

Tenis, yüzme, kürek, boks gibi sporlar ise basit prensiplere dayanmaktadır ve muhabirin haberi yazarken gereksinim duyacağı komplike bilgi ve terimler fazla bulunmamaktadır. Futbol, voleybol gibi sporlar ise girift bir oyun prensibine dayanmaktadır. İzlenmesi zordur, karışıktır. Basketbolda da istatistik çok kullanılır ve haberini yazmak da ciddi uzmanlık gerektirir.

Spor günümüzde eğlence, reklam, halkla ilişkiler, medya endüstrileriyle iç içe geçmiş, büyük cirolara sahip bir endüstri durumundadır. Medya kuruluşları futbol takımlarını ya da liglerin yayın haklarını satın almakta, gazeteciler büyük kulüplerin yönetim kurullarında görev alabilmektedirler. “Sporun ve özellikle Türkiye’de en popüler spor olan futbolun, artık yalnızca bir spor dalı olmanın çok ötesinde anlamlar taşıdığı görülmektedir. Spor, günlük yaşamı kuşatan siyaset, ekonomi, kültür gibi alanlardan bağımsız, ayrıcalıklı bir dünya değil, tersine içinde bulunduğu toplumun yapısıyla sıkı sıkıya bağlantılı bir alandır. Ancak, spor basınının yalnızca maç anlatımları, transferler, oyun stratejileri gibi konular üzerinde yoğunlaştığı, sporun toplumsal yapıdan etkilenen ve bu yapıyı etkileyen yönlerine değinmediği, manüpülasyondan uzak bir bilgilendirmeyi gerçekleştiremediği görülmektedir”(151).

Türkiye’deki spor gazetelerini, gazetelerin spor haberleri veren ek ve sayfalarını ağırlık olarak futbol doldurmaktadır. “Sadece Türkiye’de değil, 21.yüzyılda bütün dünya, futbolun egemen kültürünün boyunduruğuna girmiş durumdadır. Gelişen iletişim teknolojilerinin lojistik desteğiyle globalleşen dünyada futbol, popüleritesini birinci derecede sürdürmektedir. Kimliği ne olursa olsun, dünyaya nasıl bakarsa baksın, herkesin futbolla ilişkisi vardır. Aslında futbolun bu denli revaçta olmasının pek çok nedeni olmasına rağmen, hiçbir alanda dünyayla rekabet edemeyen Türkiye’nin son yıllarda dünya kulvarında futbolda aldığı başarıların, önemli bir payı olduğu açıktır”(152).

151) Ruhdan Uzun, Türkiye’de Spor Basınının Etik Anlayışı, İletişim Yayınları, 2004, ss.19

152) Şaban Kızıldağ, Müzikten Popüler Kültüre Medya Çocukları, Şehir Yayınları, İstanbul, 2001, ss.66

Türkiye'nin futbol dışında güreş ve halterde kazandığı başarılar da, spora duyulan ilgiyi canlı tutmuştur. "Türkiye' de futbola gösterilen yoğun ilgi endüstrileşmiş ülkelerden İtalya ve İspanya ile kıyaslanabilecek bir boyuttadır"(153). Bu yoğun ilginin farkında olan büyük gazeteler Fenerbahçe, Galatasaray ve Beşiktaş Futbol Kulüplerine birer muhabir tahsis etmişlerdir ve kendilerinden her gün belli sayılarda özel haber üretmelerini beklemektedirler. Belli bir zaman diliminde mutlaka haber üretme yönündeki bu baskı, muhabirlerin bazen asparagasa yönelmesine neden olmaktadır. Kulüp muhabirliği ve yazarlığı, gazetecilikte uzmanlaşma sürecinin spor basınına yansısıdır. Alanlarında uzman, bilgi ve birikim sahibi gazetecilerin haber kaynaklarıyla iyi ilişkiler kurarak, rutinin ötesinde haber yapmaları beklenirken, ülkemizde bu durum taraftarlığa hatta kulüp sözcülüğüne dönüşmüştür.

Futbol popüler bir spor olarak istisnasız tüm dünyayı kuşatan evrensel bir ilgi odağıdır. "Futbola duyulan ilgi o kadar çok ve yoğundur ki, fanatikleri, hayvanat bahçesindeki fillere ve akvaryumdaki balıklara bile futbol oynatmaktadırlar"(154). Fransa Stratejik ve Uluslararası İlişkiler Enstitüsü Müdürü Pascal Boniface bu ilginin boyutlarını şöyle açıklamaktadır: "Futbolun stratejik önemini kimse reddedemez. Futbol dünyanın en evrensel olaylarından biridir. Demokrasiden piyasa ekonomisinden daha evrensel. Gerçek anlamda sınır tanımayan tek şey. Bugün birleşmiş Milletlerin 186 üyesi var, FIFA'nın ise 198"(155). Popüler kültürde, insanların tuttıkları futbol takımları, siyasal tercihlerden daha fazla kalıcı ve birleştirici olmaktadır. Gençlerin büyük bir kısmı siyasi tercihlerini değiştirirken, futbol takımlarını değiştirmede hiçbir güç etkili olamamaktadır.

153) www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim_dergi/19/cerrahoglu.pdf ,Erişim: 17.12.2005, Necati

Cerrahoğlu, Türkiye'de Spor Gazeteciliği İmajı, Bahar- Kış 2004

154) Hayvansal Fanatizm, ATV Ana Haber Bülteni, 27 Mayıs 2006

155) <http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/spor-basini-tam.doc>, Erişim: 11.06.2006, Halil İbrahim Gürcan- Ufuk Tözelik, İnternette Spor Basını

Pek çok spor meraklısı, spor habercisi ve yazarı kadar uzmanlaşmıştır. Haberci ve yazar her şeyden önce bu gerçekle hareket etmeli, okurla arasında doğru iletişimi kurmalıdır.

Spor habercisi, sadece futbol değil tüm spor dalları hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Oyunun değişen kurallarını, tarihçesini, terminolojisini ve toplumdaki rolünü bilmelidir. Düzensiz olarak çok uzun saatler çalışmaya hazır olmalıdır. Toplumun her kesiminden özellikle fanatiklerden gelebilecek baskılara dayanabilecek güçte olmalı, tarafsız davranmalıdır.

Spor haberleri, geniş ve farklı kesimlerden, sıradan okurun ilgisini çekebilecek şekilde yazılmalıdır; çünkü, sporun kendine has deyimleri ve bir dili vardır. Spor haberlerinde teknik taraf fazla olduğu için muhabir, okuru sıkmadan, tekrardan kaçınarak haberini yazmalıdır. Özellikle tahmin içeren yazılar, üstelik bir de şans oyunları söz konusu ise muhabir için çok önemlidir.

Spor habercisi, alanına giren spor dalındaki takımların oyuncularını ve teknik kadrosunu tanımak zorundadır. Aynı zamanda diğer spor habercilerini de tanımalı ve diyalog halinde olmalıdır. Olayların perde arkasını, neden sonuç ilişkileriyle beraber vermek durumundadır.

Okurlar ulusal spor haberleriyle ilgilendikleri kadar bölgelerinde olup biten spor olaylarını ve kahramanlarını da merak etmektedirler. Spor habercisi, bölgesel ve yerel spor haberlerini de iyi takip etmeli, profesyonel- amatör ayrımı yapmadan tüm haberleri vermelidir.

Spor habercisi daima gözlemci olmalı, örneğin bir teknik adamla röportaj yaparken hikayenin arkasında bir başka hikaye aramalıdır. Yakalayacağı bir bakış açısı, konuyu daha canlı ve ilginç yaparak, rakiplerinin önüne geçirebilir. Yaratıcı bir gözlem son derece önemlidir.

Bir haberi geliştirmek için istatistiki veriler önemlidir ve elde hazır olmalıdır. Ancak, haberde fazla istatistiki bilgi kullanılmamalıdır. Bu türden veriler haberin çatısını oluştururken kullanılmalıdır. Bir spor habercisi, skorların ve rekorların yer aldığı dokümanları edinmek ve bunları sürekli güncellemek durumundadır. Haberci, haberin kaynağına inmelidir. Bilgi kimdeyse ona yönelmelidir. Bu bir antrenörün eşi ya da takımın doktoru olabilir.

İyi bir spor habercisi, haberini yazmak için, masaya oturmadan önce, neleri ön plana çıkaracağına, ne tip spotlar oluşturacağına karar vermiş olmalıdır. Spor habercisi kadın okurları da unutmamalıdır; çünkü pek çok kadın spor sayfası okumaktadır. Haberci, her zaman, yazılarında yüksek bir düzey tutturmalıdır. İster profesyonel lig ister amatör, ister ocuk ister yetişkin, ister okul oyunları ister olimpiyat oyunları her ne ile uğraşıyorsa düzeyinden ödün vermemeli ve olayın ruhunu kavramalıdır. Yazılarını monotonluktan kurtarmak için sporcuların kişiliklerini, başarılarını, skorlarını, aldıkları ödül ve kupaları konu edinebilirler. Okurlar, oyunların sonuçlarını maçlar biter bitmez öğrendiğinden genelde spor sayfalarına spor yazarlarının yazılarını okumak, onların fikirleriyle kendi fikirlerinin uyuşup uyuşmadığını teyit etmek için yönelirler. Okur skoru zaten bilmektedir. nemli olan sonuca nasıl ve neden ulaşıldığıdır ki bunun için oyunun tekniğini bilmek ve okura aktarmak gerekir.

Spor habercisi de diğerk alanlarda görev yapan haberciler gibi objektif olmalı, tarafsız davranmalıdır. Spor yazarları ise kişisel duygu ve düşüncelerini köşelerine taşıyabilirler. Yukarıda sözü edilen 1993 yılında yayın hayatına başlayan Mehmet Y. Yılmaz yönetimindeki günlük spor gazetesi ‘Spor’, her takım için ayrı ayrı sayfalar hazırlamasıyla ve bu sayfalara haber ve yazı yazan muhabir ve yazarların, hatta editörlerinin bile o takımın taraftarı olması koşulunu getirmesiyle ayrı bir yerde durmaktadır. ‘Spor’ adlı bu gazetede, mevcut gazetecilik pratiklerine ve ilkelerine ters düşen uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Öte yandan bu gazetenin yakaladığı tiraj başarısı, diğerk spor gazetelerinin de benzeri yollar denemsine neden olmuştur. Spor basınında yaşanan bu süreç, futbol

sevgisinin ve rekabetin giderek düşmanlığa dönüşmesine ve günümüzde vandalizme yaklaşmakta olan fanatizmin kök salmasına neden olmuştur.

“Spor gazeteciliği şu anki konumuyla yozlaşmaktan öte bir kokuşmuşluk sürecinin içerisine girmiştir. Artık spor gazeteciliğinin hem kaynak hem de kamuoyu nezdinde güvenilirliği kalmadı, inandırıcılığı kalmadı, saygınlığı giderek azalmaya başladı. Yine spor gazetecilerinin bir bölümü, dürüst, tutarlı, kararlı değiller; kendilerini geliştirmek, değiştirmek, yenilemek adına ortaya koydukları değerler yok. Çoğu sporu bilmiyor, toplumla barışık değil, günü kurtarma peşinde koşuyor, çoğu spor gazetecisinin özgün düşüncesi ya da yaptığı işe dönük felsefesi yok. Önemli bir kesimi okumuyor, araştırmıyor. Fakat her alanda ahkam kesmeyi kendisine bir hak biliyor”(156). Diğer yandan yukarıda ifade edildiği gibi yıldız futbolcular ya da başka alanlarda popüler isimlerin spor yazarı olarak yüksek ücretlerle istihdam edilmesi sonucunda, spor basınında tiraja /izlenme oranına yönelik saldırgan, magazin, kışkırtıcı bir üslup ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda, kişilerin özel yaşamının ihlal edilmesi ve incitici yayın yapılması, spor basınında çok sık görülmekte, hakem, oyuncu, teknik direktörler ve sporla ilgili kamu görevlileriyle ilgili ifadeler eleştiri sınırlarının ötesine geçmektedir.

8. MAGAZİN HABERCİLİĞİ

Magazin muhabirliği, kültür sanat muhabirliği açısından özel bir önem arz etmektedir. Çünkü 1980 sonrası dönemde, yazılı ve görüntülü basında, hem magazin haberlerinin sayısı ve kapladığı alan artmış, hem de türü ne olursa olsun tüm haberler magazin bir hal almaya başlamıştır. Hatta o kadar ki, magazin çoğu zaman kültür sanat kavramı ile karıştırılır olmaya, birbirinin yerine kullanılmaya başlamıştır.

156) Zeki Çöl, Cumhuriyet'in 75. Yılında Spor Medyası Semineri, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları, Antalya, 1998, ss.54-56

“ İspanyol Emevilerinden Fransızca’ya alınan ve Arapça ‘mahazin’den gelen magazin, “çok çeşitli konuları işleyen, genellikle resimli, süreli yayın”(157) anlamına gelmektedir. Magazinin ‘dergi’ anlamının yanı sıra hafif-zarif, daha kolay okunur gibi bir anlamı daha vardır. Magazin bu yalın anlamının yanı sıra süreç içerisinde başka anlamlar da üstlenerek hatta ‘süreli yayın’ tanımının ötesine geçerek bir söylem biçimine dönüşmüştür.

Gazetelerin magazin haberlerine yer vermesi ilk olarak 1830’lu yıllarda İngiltere’de görülmüştür. Gazete tirajlarını arttırmak amacıyla eğlenceli, kolay okunan haberler yayınlama fikriyle ortaya çıkan bu uygulama, daha sonra ABD’ye, oradan da diğer Avrupa ülkelerine yayılmıştır. Magazin haberlerinin bir uzmanlaşma dalı olarak kabul edilmesi II. Dünya Savaş yıllarına denk gelmektedir ki, o dönemde tüm basında üzüntü verici haberler yayınlanırken bu havayı dağıtmak için hafif içerikli, moral verici, eğlenceli haberler yayınlamak önce radyolarda olmak üzere bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmış, daha sonra bu uygulamanın ilgi görmesiyle yazılı basın da bu tür haberler kullanmaya başlamıştır. Magazin haberleri, tiraj sorununun yaşandığı tüm dönemlerde bir can simidi vazifesi görmüştür ve görmektedir.

Magazin haberciliğine, uygulandığı ilk dönemde yüklenen anlamla bugün kazandığı anlam birbirinden oldukça farklıdır. Basının endüstrileşme sürecinin ivme kazandığı 1960’lı ve 1970’li yıllarda, gazete sütunlarının halkın ilgisini uyandıracak politika dışı konulara ayrılması ve giderek artan magazin ekleri ile basın, halkın apolitikleştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. 70’li yıllar, giderek daha büyük bir endüstriyel kompleks haline gelmeye başlayan basının, bir yandan devletle belli bir mesafeyi korumak bir yandan da halka daha fazla mal satmak güdüsüyle hareket ettiği bir dönem olarak şekillenmiştir. ‘Renkli basın’ olarak nitelenebilecek eğlendiren, kolay okunan, light haberlerden ve

157) Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, cilt: 15, İstanbul, İnterpress Yayıncılık, 1986, ss.7653

görüntülerden oluşan habercilik türü yerini kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi ve yaygınlaşması ve sinema, müzik gibi sektörlerin birer sanayi haline gelmesiyle kamuya mal olmuş ünlü kişilerin özel yaşamlarının uluorta sergilendiği habercilik türüne bırakmıştır- ki bu da bizde, 1980 sonrası döneme tekabül etmektedir. Galatasaray Üniversitesi Öğretim Elemanı Ragıp Duran, magazin, “bireyin ve ben iddiasının öne çıktığı dönem olan 1980'lerin eseri olduğunu”(158) öne sürmektedir. Bilindiği üzere, 12 Eylül 1980 hareketinden sonra ideolojik basın etkisini kaybetmiştir. En küçük imalar bile gazete kapatma, yayın durdurma ve benzeri cezalar için gerekçe olarak gösterilmiştir. Politik ve ekonomik konuları haberleştiremeyen, bir politik haberi ancak ekonomi haberinin içerisine gizleyerek veren basınımız, ağırlığı daha çok polis-adliye ya da magazin konularına kaydırmıştır. 12 Eylül darbesini takip eden dönemde yaşanan siyasi haber boşluğu özellikle magazin ile doldurulmuştur. Sanayileşme/ kentleşme olgusuyla birlikte hızla tüketim ilkesine göre hareket etmeye başlayan Türk toplumunda medya da bu değişim sürecinde renkli baskıya yönelmiştir. Tirajları açısından marjinalde sayılabilecek sağcı ve solcu basın, siyah- beyaz baskıyı tercih etse de, büyük gazetelerin renklilik baskısına dayanmakta zorlanmıştır. Renkli basının doğası gereği zorladığı bir uygulamayla gazeteler magazin haberlerine ve özellikle halkın çok küçük bir kesimini ilgilendiren, adını İtalyan bir gazeteciden alan, ünlülerin hayatlarını takip eden hafiyeler gibi habercilik yapan paparazzi haber türüne ağırlık vermeye başlamışlardır. Dedikodu üreten paparazzicilikle, kötü tutum ve davranışlar bilerek veya farkında olmadan özendirilmektedir. ‘1980 sonrası’ dönemde Türk basınının en belirgin özellikleri arasında haberin magazinelleşmesi gelmektedir. Haberin magazinleşmesinden kasıt, anlık olanı, özellikle dramatik öğeleri öne çıkaran, sığ ve sansasyoneliteyi benimseyen, kimi zaman bunu bizzat yaratan tarzıdır. Özetle magazin haberciliğinin öğeleri; eğlenceyi öne çıkarmak, hikayeleştirerek dramatize etmek, bayağı ve önemsiz

158) <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=177740>, Erişim: 05.02.2006, Hakkı Devrim , Bilir misiniz, bir intihar olayı ne zaman magazin haberine dönüşür?

olayları işlemek, olayları özünden saptırmak, abartmak, çarpıtmak, yüzeysellik olarak sıralanabilir. Okuru bilgilendirmekten çok, merak duygusuna hitap eden, eğlenceli zaman geçirtmeyi amaçlayan ve bayağı konuların ele alındığı haber anlayışı günümüzde ayrı programlar, ayrı yayınlar olmaktan çıkıp gazetelerin birinci sayfalarını ve haber programlarını etkisi altına almıştır. Özellikle televizyon haberlerini etkisi altına alan magazinél içerik, haberi basite indirgeyerek yaşanan gerçekliğin yerine hayalleri koymayı mümkün kılmaktadır. Özel TV'lerin yayın hayatına başlaması ve ünlülerin meslekleri dışında kalan özel yaşamlarının en mahrem halleriyle sunulmasıyla magazin çıkış noktasındaki ilk anlamından uzaklaşarak yozlaşmış, bu da magazin olgusunun farklı platformlarda etik açıdan sorgulanmasına ve tartışmalara yol açmıştır. Tartışmanın taraflarından basın kendini 'halk bunu istiyor, halk seviyor' tezi ile savunurken, halk, yapılan anketlerde en çok, kültür sanat haberi istediğini, bayağılaşmış yoz ilişkilerin sunulduğu haberlerden nefret ettiklerini dile getirmekte, öte yandan çeşitli araştırma sonuçları en çok bu haberlerin ve bu tip programların takip edildiğini ortaya koymaktadır. Acı olan merak duygusu magazine yönelmiş, yöneltilmiş büyük bir kitlenin- bence kütle- varlığıdır. Magazin haberciliği, haberin objektiflik, dürüstlük, yansızlık ve açıklık gibi temel öğelerini zedelemiştir. Ayrıca magazinleşme kamuoyunu ilgilendiren bir bilginin içeriğinin hafifletilerek sunulmasının da yolunu açmıştır. Haber kavramında magazinleşme medyaya olan güveni de sarsmıştır. Buna rağmen kar güdüsüyle davranan medyada herşey merak duygusunu doyurmaya yönelik olarak şekillenmektedir. Ucuza maledilen, yüksek rating sağlayan magazin haberciliği medya için vazgeçilmez bir olgu olarak yerini korumaktadır. "Seksenli yılların ortalarında bir gün Hürriyet Gazetesi' nin Genel Yayın Yönetmeni olan Çetin Emeç'in Emre Kongar'a, "İngiltere'de gazete çıkarmak kolay. Kraliyet ailesi fertlerinin yaptığı her şey magazin haberi olabiliyor. Türkiye bu açıdan çok kısır. Magazin haberi bulmakta zorlanıyorum" diye dert yanarken"(159) bugün ne yazık ki türü ne olursa olsun

159) http://www.kongar.org/medyanotu/215_Magazin_Haberciligi_de_Ciddi_Istir.php, Erişim:

11.03.2005, Emre Kongar, Magazin Haberciliği de Ciddi İştir

haberini bizzatihi kendisi magazineli bir içerik kazanmıştır. Haberini magazineli bir görünüm arz etmesinin yanı sıra, 1990’lı yıllarla birlikte başat hale gelen görsel kültürün izleri, adeta televizyonlaşan yazılı basın ürünlerinde görülmeye başlamıştır. Zaten günlük yaşam, Türkiye’de Cumhuriyet tarihi boyunca hiçbir dönemde 1980’lerden 1990’lara ve oradan da günümüze kadar uzanan dönemdeki kadar hızlı, sürekli ve olumsuz bir değişim yaşamamıştır.

Haberini magazinelleşmesi ve magazin medyasının egemen bir görünüm sergilemesinin temelinde, medyanın yeni ilişkileri ve medyanın oluşumunu belirleyen ekonomi politik yapı ile arz- talep ilişkisi ekseninde yukarıda değindiğimiz türde tartışmalara neden olan magazin ile okurlar/ seyirciler arasındaki etkileşim yatmaktadır. “Türk medyasının içeriğine bakıldığında yeni sağ politikalara yönelik motiflerin sadece reklamlara değil; yatay ve dikey tekelleşmeler sonucunda içerikleri birbirine benzeşen görsel ve yazılı basındaki diğer içeriklere de yansıldığından söz edilebilir. Benzer programlar farklı kanallarda hemen hemen aynı zaman diliminde yayınlanırken; diğer yandan benzer içerikteki haberler farklı gazetelerin/ dergilerin sayfalarında kendilerine yer bulabilmektedirler ”(160).

Zira magazin, modern insanın psikolojik bir rahatlama sağlaması, gündelik yaşamın streslerinden uzaklaşmasını sağlarken, serüveni ve dolayısıyla heyecanı kalmamış insanlara hayali bir serüven yaşatmaktadır. “Magazinel içeriğin işleyişinin birkaç ana yönü olduğu söylenebilir. Birincisinde, uzak ve erişilmez görüneni gündeliğin bayalığı içerisinde sunarak evcilleştirir, büyüsünü bozar ve sıradan hayatın dışına kimsenin çıkmadığını göstererek rahatlatır. İkincisi, olağan olanı fantastikleştirir ve yapay heyecanlar yaratır. Üçüncüsü ise, gerçekliği nedensellik ilişkilerinden kopararak sunar ve bireyi olup bitene yönelik zihinsel

160) Ayşe İnal, Medya, Dil; İktidar Sorunu: İletişim alışmalarında Medya ve Siyaset İlişisini Nasıl Tartışmalıyız?, İletişim Yayınları, İstanbul,1999, ss.31

aba harcamaktan kurtarır”(161).

Magazin haberciliğiyle, eğence ne çıkartılmakta, hikayeleştirilerek dramatize edilmekte, sıradan olaylar abartılmakta ve arpıtılmaktadır. Magazin haberleri yıldızlar dünyasını okurun gözleri önüne sunmaktadır. İkonografik bir işlev yüklenmiş bulunan bu yıldızlar, okura, başarının, zenginliğin ve ünün kendileri için de yakalanabilir bir şey olduğu mesajını vermektedirler.

Türk toplumunun medya okuryazarlığı düzeyi de göz önünde bulundurulduğunda, magazin haberciliğinin Türk toplumunda amacına fazlasıyla ulaştığı gözlemlenmektedir. Medya okuryazarlığı bazı eleştirmenlerin önerdiği gibi, bir ‘felsefe’ ve ‘eleştirel bir düşünme biçimi’ olarak kabul edilirse, bu düşünme biçimini şu maddelerle özetlemek mümkündür: medya mesajlarının belirli sonları olan yapılar olduğunu anlamak, medyanın bölgesel/ küresel topluluklardaki ekonomik, politik, sosyal ve kültürel rolünü anlamak, insanın kendisinin ve diğerlerinin demokratik haklarını anlaması, uzlaşma veya direniş, kültürel kimlik, vatandaşlık vb. Medya okuryazarlığı ayrıca demokratik toplumlarda katılımın sağlanması açısından önemli olduğu kadar, sosyal adaletin ve eleştirel vatandaş olmanın gereklerinden birini de oluşturmaktadır. Anlaşılacağı üzere fantaziye gerçekten ayırma yeteneği pek gelişmemiş , medya mesajlarının belirli sonları olan yapılar olduğunu pek de anlayamayan bireylerden oluşan toplumumuz magazin haberlerine yoğun ilgi ve merak göstermektedir. Halkın merak etmesi, öğrenmek istemesi o hadisenin haberleştirilmesini yine de meşru kılmamaktadır. Bir hayatın kamuya açık olması, onun kamulaştırıldığı anlamına da gelmez. Merak edilme hukukun dikkate alacağı bir ölçüt de değildir. Özellikle belirtmek gerekir ki, magazin basınının ikonları bu kimlikleriyle var olmamışlardır. Onları ikonlaştıran basındır. Türkiye’de kaybeden Ajda Pekkan’ın

161) <http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayi57/dagtas.htm>, Erişim: 04.08.2005, Erdal Dağtaş, Magazin Eklerinde Yaşam Tarzlarının Yeniden retimi

Erkan Özerman tarafından Avrupa'dan ithal edilerek bir star haline getirilişı buna en güzel örnektir. Magazin basını kendi yarattığı bu starın, hatta süper starın peşine düşmüştür ve takip devam etmektedir.

Aslında magazin ciddi bir iştir. İnsanların ilgisini çeken her yeni olay nasıl haberse, aynı şekilde magazin dünyasıyla ilgili yeni şeyler de haberdır. Magazin haberciliğinde haberin toplanmasından yazımına ve sunumuna kadar; bu alanda çalışan habercilerin çalışma prensiplerinden, çalışma saatlerine, kullanılan fotoğraf makinelerinden, değerlendirilip seçilen fotoğraflara ve bu fotoğrafların teknik, içerik, estetik ve etik kalitesine kadar her şey diğer uzmanlık alanlarından önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Magazin muhabirleri, yurt ve dünya çapında tanınan eğlence ve şov dünyasındaki (şarkıcı, menajer, sunucu, manken, model, dansçı, modacı gibi)ve sosyetedeki ünlü kişilerin işlerini, mesleklerini icra ederken yaptıkları üretimlerin dışında, özel yaşamlarında meydana gelen her türlü gelişmeyi (yeni bir ilişki yaşama, ayrılma, söz düelloları, aldatma/aldatılma, evlenme/boşanma, satın aldıkları şeyler, verdikleri kilolar, geçirdikleri estetik ameliyatlar, değişen imajları gibi) halkın gözü önüne sunmaktadırlar. Ayrıca sıra dışı, ilginç öyküler de magazin muhabirinin haber konularıdır ve her gün rastlanması mümkün olmayan bu tip haberler okurda/seyircide tebessüme yol açar. Bir de magazin haberinin bir diğer türü olarak değerlendirilebilecek pratik-fonksiyonel haberler vardır ki bunlar, genellikle ev hanımları için hazırlanan sayfa veya eklerde yer alan tavsiye ve yararlı bilgileri içeren haberleri (yemek tarifleri, güzellik sırları, ev dekorasyonu, giyim, makyaj önerileri, astroloji, çocuk bakımı, bahçe önerileri gibi) kapsamaktadır.

Avrupa ve ABD'deki gazeteler, yukarıda anlatılan magazin haberi konularını, kadın sayfaları adı altında vermektedirler. II. Dünya Savaşı'ndan bu yana kadınların yaşam biçiminde meydana gelen değişiklikler sonucunda kadın sadece evi ve ailesini, yemek, çocuk bakımı gibi konuları değil moda, ev dekorasyonu, kişisel bakım, sanat vs. konuları da düşünmektedir. Günümüz kadını sosyal konulara ilgi duyan bir yurttaştır aynı zamanda. Kendisinin ve eşinin

kişisel gelişimi, kariyer planlamasıyla ilgilidir. Spor yapar, sanat olaylarını takip eder. Modern kadın aynı zamanda bilim kadınıdır. Evde ve işyerindeki işleri kolaylaştıracak yeni teknolojileri takip eder, kullanır, kendisinin ve ailesinin sterilizasyonunu önemser. Bugün kadın sayfası hazırlamakla görevlendirilmiş kişi sadece editör değil aynı zamanda sosyolog olmalıdır. Dış basında kadınlara yönelik sayfalar, ulusal basının en önemli parçasını oluşturmaktadır ki bunun nedeni, kadının okuyucu olduğu kadar tüketici de olmasıdır. Günlük alışverişlerden kadın sorumludur, eşi ve çocukları için alışveriş kadın yapar ya da onları etkiler ve dayanıklı tüketim malı alırken yapılacak seçimde payı vardır. O halde reklamın kadınlara ulaşması için, okuyucu olarak ilgilerini çekmek gerekir. Bunun iki yolu vardır; onlara referanslar sunarak güvence vermek ya da kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlamak için hayal kurdurmak.

Okur, magazin haberleriyle sosyetenin yaşamına katılmaya çalışmakta, sosyetenin bir üyesi olmaya çalışmakta, sosyetenin bir üyesi olmayı düşlemektedir. Ama, onlardan olmadığını bilmektedir. Bu ayrılığın nedeninin hiçbir zaman bilincinde olmamakla birlikte, bu farklı konumu doğallaştırmışlardır. Toplumun gözü önünde olan kişilerin yaptıkları, katıldıkları organizasyonlar, sosyal faaliyetleri ilgi çekmektedir. Gittikleri her yerde takip edilirler ki bunlar; dernek, kulüp, tiyatro, gece kulübü, bar, gezi, kokteyller, davetler vs.dir. Toplumun elit kesiminin nişan, evlilik, evlilik yıl dönümü, doğum günü, iş değişikliği, terfi kutlamaları ve bu mekanlarda çekilen fotoğraflar kadın sayfalarını süslemektedir.

Aşk ve sevgi konusu da magazin sayfalarının vazgeçilmezidir. Ünlü kişilerin yaşadıkları sıra dışı aşklar, aşka dair yazılar ve cinsel yaşamla ilgili öneriler vs. kadın sayfalarında yer alır. Kadınlar nasıl göründüklerini de önemsemektedirler. Dolayısıyla saç, cilt bakımı, diyet listeleri, doğal besinler, piyasaya yeni çıkan kozmetik ürünler, moda ilgi duydukları konulardır. Evle ilgili öneriler, ev dekorasyonu, iç mimari, bahçe- çiçek bakımı, evcil hayvanlarla ilgili haberler, yemek tarifleri, masa ve tabak dekorasyonu, yemek pişirirken yardımcı

olacak ip uçları, günlük m n ler, günlük fallar ve astroloji haberleri, seyahat haberleri, d   mekanda yapılacak sporlar, otomotiv sektöründen haberler kadın sayfalarında yer alan haberlerdir.

“Kadın sayfalarındaki reklam, moda, ev dekorasyonu, mutfak ve makyaj bölümlerinde pazarlanan asıl konu, başarılı dolayısıyla da zevkli ve keyifli bir kadınlık duygusudur. Yani, üç pratik  nerileri izle,    ürünü dene ve daha iyi bir sevgili, daha iyi bir anne ve daha iyi bir kadın ol. Okurlarına, erkek egemen kültür içerisinde varlıklarını nasıl s rd recekleriyle ilgili pratik tavsiyeler vermektedirler. Feminist bir bakış açısı ile bakıldığında, egemen toplumsal ve kültürel yapının ve kısıtlamaların dışında var olan ve ayakları üzerinde durmaya çalışan kadın için çok fazla alternatif sunmaktadırlar”(162).

Prof. Dr. Leyla  im ek’in ‘Günümüz Basınında Kadınlar-Gazete Haberlerinde Kadınların Temsiline Yönelik Analitik Bir  alı ma’ adlı farklı ideolojik eğilimlere sahip be  gazetenin taranması suretiyle gerçekleştirdiği araştırmada, “kadınların basında haber konusu olarak temsil edilme biçimlerini analiz ederek, kadınlığa ve dolayısıyla erkekliğe ilişkin süregelen toplumsal tanımlamaların ve bunların belirlediği toplumsal rollerin nasıl peki tirildi ine, bu anlamda da medyanın, kadınlığın ideolojik inşasına nasıl iştirak ettiğine ışık tutmaktadır”(163). Bu araştırmada, gerçeklik iddiası taşıyan haberlerin ‘gerçeği’ aslında yeniden kurdukları, kadınlığa ve erkekliğe atfedilen niteliklerin biyolojik olmaktan ziyade çeşitli söylemlerle kurulan toplumsal in alar olduğu gösterilerek ortaya konulmaktadır. Bu nedenle medya tüm dünyadaki feminist akademik çalışmaların başlıca mücadele alanını oluşturmaktadır.

Pek çok yazarın da de indi i gibi medya, statükoyu, mevcut norm ve değerleri dönüştürücü bir işlev görebilme gücüne sahipken tersine tanık

162) John Storey, Popüler Kültür  alı maları Kuramlar ve Metotlar,  ev: Koray Kara ahin, Babil Yayınları, İstanbul, 2000, ss.101

163) <http://www.altkitap.com/kitap.asf?kitapid=5>, Erişim: 03.04.2004

olmaktadır. Erkeklerden farklı olarak kadınlar fikirleriyle değil, görünümleriyle haber değeri taşımaktadırlar. Kadınlar hakkında üretilen streotipleştirilmiş ifadeler basında sürekli tekrarlanarak içselleştirilmekte, kamu nezdinde pekiştirilmektedir.

9. SAVAŞ HABERCİLİĞİ

Savaş haberciliği, ölüm, yaralanma, kaçırılma gibi yaşamsal risklerin söz konusu olduğu, olağanüstü şartlar altında yürütülen bir uzmanlık alanıdır dolayısıyla savaş muhabirlerinin göreve gitmeden önce kurumları tarafından bu risklere karşı sigorta ettirilmeleri gerekmektedir. Savaş haberciliği, gerek uluslararası arenada yaşanan, pek çok yönü ve bağlantısı olan savaşları gerekse bir ülke içinde etnik farklılık, ırk, din, toprak paylaşımı gibi nedenlerle meydana gelen silahlı çatışmaları yerine giderek, savaş koşulları altında bilgi toplayarak haber yapıldığı uzman gazetecilik alanıdır. İki büyük dünya savaşının ve çekilen onca acının ardından günümüzde dünyanın çeşitli bölgelerinde dünya çapında olmasa bile savaşlar, çatışmalar yaşanmaktadır ve bunların bir kısmı birbiriyle ilintilidir.

Cevat Fehmi Başkut, 1952 yılında gazeteciliği, “gerçeğin kutsanması” (164) olarak tanımlarken, o günden bu yana pek fazla bir şey değişmemiş; günümüzde yapılan tanımlarda da mesleğin kutsallığına vurgu yapılmaktadır. Modern zamanın kutsalı olan bu meslekte, bilginin yayılması gibi saygın bir amaç vardır ve özellikle başta demokratik iddiaları olan toplumlar olmak üzere bütün toplumların sağlıklı olması buna bağlıdır. Özellikle savaş koşullarında bilgi ve görüntüye ulaşmak uğruna yaşamını kaybeden yüzlerce gazeteci, mesleğin kutsallığına yapılan vurguları da güçlendirmektedir.

“Savaş, gazetecilik mesleğinin temelinde bulunan retorik ve gerçeklik

164) Cevat Femi Başkut, Gazetecilik, İ.Ü. İktisat Fak. Gaz. Ens. Yayınları, İstanbul, 1952, ss.16

arasındaki gediği en açık biçimiyle ortaya koyar”(165). Savaş dönemlerinde, ‘gerçek’ ve ‘gerçeğin aktarımı’ son derece hassas bir konudur. Muhabir kendi ülkesinin de içinde bulunduğu askeri bir çatışma döneminde üstüne düşen görevle ilgili etik ikileme girmekte ve genellikle vatansever bir biçimde vatandaş olarak üzerine düşen mükellefiyetlere uyarak bu ikilemi çözüme kavuşturmaktadır. Haberci, genel olarak, resmi kaynakların yönlendirmelerine karşı koymadan, resmi kaynaklardan yapılan açıklamaları aktaran konumda olmayı tercih eder. Öte yandan habercinin, özellikle savaş dönemlerinde halkın doğru kararları verebilmesi adına gerçekleri sunması gerektiği de savunulmaktadır. Sanılanın aksine kamuoyu, savaş faaliyetlerini tehlikeye atacaksa gerçekleri öğrenmek istememektedir. Hatırlanacağı üzere körfez savaşı sırasında yapılan Amerikan ve İngiliz kamuoyu yoklamaları bu tezi destekleyen niteliktedir; yetkililerin habercilere koydukları kısıtlamaları onaylamaktadır. Bir de muhabirlerin kendi kendilerine uyguladıkları sansür vardır ki, bu da zaten sansüre maruz kalacakları, ‘ulusal çıkarları’ düşünceleri, savaşı haklılaştırmaları gibi nedenlerle açıklanabilir. Paradoksal olsa da, savaş dönemlerinde muhabirler sansürden çok rahatsızlık duymamaktadır. “The Times’in editörü John Delane, savaş muhabirlerinin haberlerinde uyması gereken standartı belirlemişti. Savaş alanındaki adamlarından biri olan ‘ilk ve en büyük’ savaş muhabiri William Howard Russell, Kırım’da gördüğü acıyı ve sefaleti aktarması gerekip gerekmediğini sorduğunda Delane şu cevabı vermişti: ‘Şimdiye kadar yaptığın gibi gerçeği olabildiğince anlatmaya devam et ve bizim açımızdan, yani tehlike altında olmayanlar açısından tehlikeli olabilecek yorumları bir kenara bırak’(166). Delane’nin söyledikleri, pek çok haberci için bir standart oluşturmuştur. Gerçeği anlatma noktasında ikilemler yaşayan ülkesi savaşta olan muhabir, aynı zamanda, savaşı kazanmaya yardımcı olma gayreti içerisindeydi.

165) Kevin Williams, Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, der: A. Belsey- R. Chadwick, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 190

166) a.g.e.,ss.190

Silahlı Kuvvetler de haberciye, bir takım içerisinde olmaları gerektiğini hissettirmektedir. Yani hareketin güvenliği, habercinin neleri söyleyip neleri söylemeyeceğinin sınırlarını çizmektedir ki burada habercinin mesleğini nereye kadar savaşı kazanmak için kullanacağı sorusu gündeme gelmektedir. Aslında muhabirler nelerin, nasıl haber yapılacağı konusunda büyük bir etik karmaşa içerisinde değildirler çünkü; gazeteciliğin rutin ve pratikleri içerisinde haberci bu kararları zaten vermiş durumdadır.

Anlaşılacağı üzere savaş dönemleri, medyanın çalışma biçimini anlamak için özel bir durum olarak görülmemelidir. Savaş, barış zamanında da yaşanan pek çok şeyi sadece daha yoğun, daha net bir biçimde göstermektedir. Robert Harris'in Falkland savaşıyla ilgili olarak "Savaş, İngiliz toplumunun gizli kalmış yönlerini gün ışığına çıkardı. Silahlı kuvvetler, hükümet ve medyanın kötü alışkanlıklarını ortaya çıkardı; yeni bir şey yaratmadı, bunlar zaten vardı"(167) demektedir.

Savaş muhabirleri savaş kaybedilse bile, her daim demokrasinin kazanması gerektiği bilinciyle hareket etmelidir. İster kendi kararlarıyla, ister askeri ve siyasi yetkililerin emriyle ya da halk öğrenmek, duymak istemediği için gerçekleri olduğu gibi göstermezlerse demokrasi bundan yara alacaktır.

Savaş muhabirinin haber kaynakları, askerler, savaş bölgesinde ikamet edenler, dünya barışında söz sahibi olan ve böyle bir görev üstlenen uluslararası örgütlerin temsilcileri vb.dir. Gerekli bürokratik işlemleri yerine getirdikten sonra savaşan ülkelerin askeri ve siyasi kurumlarına akredite olan savaş muhabiri, yerini 'embedded muhabirliğe' bırakmıştır. Akredite olan muhabirle haber kaynağı arasında nispeten bir mesafe ve yazılı olmayan bir centilmenlik anlaşması olup,

167) Kevin Williams, Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, der: A. Belsey- R. Chadwick, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998, ss. 190

yaka kartıyla istediği yere kolayca girip çıkabilmektedir. İkinci Körfez saldırısıyla uygulama alanı bulan ‘embedded muhabirlik’te ise, Amerikan ordusu ile muhabirler arasında ayrıntılı bir sözleşme imzalanmış, bu koşulları kabul eden haberciler önce eğitim kamplarına alınmış sonra savaş alanına götürülmüşlerdir. Muhabirlere eğitim süresinde nelerin haber olarak yazılabileceği öğretilmiştir. Haber almanın ve vermenin belirli kuralları vardır. Buna göre, genel, askeri ve siyasi konularda haber yazmak yerine, askerlerin moral durumunu aktaran, insani yanları ön plana çıkaran haberler yazmaları salık verilmiştir. Muhabir, haber kaynağının mekanlarında, karargahında yatıp kalkmaktadır ve ordunun içine mihlanmış vaziyettedir. ‘Embedded’ ismi de buradan gelmektedir. ‘Embedded’ sözcüğünün içeriğini ve işlevini anlatan çeşitli karşılıklar vardır. Bunlar; “iliştirilmiş muhabir, yatakdaş muhabir, yardım yataklıkçı muhabir, bordrolu muhabir, işbirlikçi muhabir, yanaşma muhabir, besleme muhabir ve askeri leyli muhabirdir. Askeri leyli muhabir en uygun ifadedir; çünkü muhabirler askeri ortamlarda yatılı okul öğrencisi gibi yaşamaktadır”(168). Savaş muhabirlerinin ordunun değil, kamuoyunun sözcüsü ve gözcüsü olması ve savaşan taraflara eşit mesafede durması gerekirken, üniformalı, gaz maskeli, silahlı embedded muhabirler savaşın bir parçasıdır.

Bir savaş habercisinin her şeyden önce hem fiziksel olarak hem de ruhsal olarak sağlıklı olması gerekmektedir. Sinirleri çelik gibi sağlam olmalıdır. Savaş muhabirliği, dünya kamuoyunun gündemindeki önemi açısından ne bireysel fiziki donanım ve ne de bilgi eksikliğine tahammülü olan bir alandır.

Bir savaş muhabiri, öncelikle kendi ülkesini iyi ve doğru tanımalı kendi ülkesinde yaşanabilecek gerginlikleri ve sonuçlarını tahmin edebilmelidir. Göreve gönderildiği ve gönderilebileceği bölgelerin coğrafi ekonomik ve sosyal yapısını, uluslararası ilişkiler içindeki yerini, halkını, geleneklerini, dünden bugüne o topraklarda yaşanan siyasi gelişmeleri bilmelidir. Sıcak ve savaş bölgesi olarak

168) <http://www.bianet.org/2003/04/25/18038.htm>, Embedded: İliştirilmiş Değil Askeri Yatılı

tanımlanabilecek yüksek riskli bölgelerde çalışacak gazetecinin; özellikle uluslararası ilişkiler, diplomasi ve güvenlik gibi konularda, en azından çalıştığı bölge açısından gerekli bilgi düzeyine sahip olması gerekmektedir. Söz konusu bölgelerde olağanüstü koşullarda karşılaşılabilecek zorluklara karşı mücadele edilebilmesi için fiziksel sağlığın yanı sıra yeterli araç donanımına sahip olunması gerekmektedir. Bunların dışında haber için kurulan bir ilişki, yanlış yer ve zamanda sarf edilen bir tek kelime, hatta bir yüz mimiği, muhabirin haber kanallarını tıkamaktan yaşamını riske etmeye kadar varan sorunlara neden olabilmektedir. Savaş taktikleri ve silahları ve bu silahların etkilerini de bilmek zorundadır. Bunlara karşı alınabilecek en önemli tedbirler ise, söz konusu tehlikelerin oluşma yollarının bilinmesi, bu tehlikeleri yaşamsal boyuta ulaşmadan fark etme yeteneğinin geliştirilmesi ve gerekli ön hazırlığın yapılmasıdır. Unutulmaması gereken bir başka önemli nokta da; her türlü tedbirin olası anlık durumlarda bazen hiçbir işe yaramayacağı ve o anlık durumlarda deneyimlerle geliştirilmiş sezgi gücünün kullanılması gereğidir. Üzerinde dikkatle durulması gereken konu, en küçük bir eksikliğin kamuoyunda yanlış bilgi akışına neden olmasının yanında, muhabirin yaşamına da mal olabileceğidir. Ayrıca muhabirin, kendi yaptığı işin önemini de farkında olarak, ucuz şöhret olma duygusuna kapılmadan maddi olarak tatmin edilmesini sağlaması gerekmektedir. Savaş muhabirlerinin çalışacağı bölgenin iletişim, ulaşım gibi temel haber iletme olanaklarından yoksun olduğu da göz önüne alınarak, ileri teknolojinin sağladığı olanaklardan yararlanılmalıdır. Deneyimli, tarafsız, cesaretli, gözü pek, atak, sabırlı ve soğukkanlı olması gereken savaş habercisinin en az bir dil bilme zorunluluğu vardır. İngilizce'yle birlikte bir dil daha bilen haberciler tercih edilmektedir. Görev yerine gitmeden yapılması gerekenlerin başında, yukarıda da değinildiği gibi, muhabirin kurumundan ölüm, yaralanma, kaçırılma gibi risklere karşı hayat sigortası talep etmesidir. “Yabancı basın kuruluşlarında çalışan muhabirler karşılaştıkları zor koşullarda (yaralanma, araba kazası, hırsızlık, vb.) sigorta şirketlerinin kendilerine sağladıkları olanaklardan yararlanarak maddi ve manevi kayıplarını giderebilme şansına sahip olabilmektedirler. Söz konusu sigorta şirketleri, acil durumlarda uçak ve helikopter gibi araçları da seferber

etmelerinin yanı sıra, kişinin maddi gücünü aşan tedavi masraflarını da yüklenmektedirler”(169). Muhabirin gerekli bireysel donanımına sahip olarak göreve gitmesi gerekmektedir. Alınacak malzemenin en iyisi olmasına dikkat edilmelidir. Gazetecinin kurumdan, yaptığı işin öneminin bilincinde olarak, gerekli donanımı talep etmesi, aksi takdirde görevi reddetmesi önem arz etmektedir. Muhabir her şeyden önce ulusal ya da uluslararası geçerliliği olan basın kartlarını yanına almalıdır. Günlük haberlerin dinlenebileceği kısa dalga bir radyo, dünyadaki ve çalışılan bölgedeki gelişmeleri takip için gereklidir. Bölgeyi açık olarak tanımlayan harita, pusula, basit bir ilk yardım çantası, uyku tulumu, yeterli miktarda su ve yiyecek, hedef olunması durumunda yaşam riskini azaltan kask ve zırh muhabirin yanında bulundurması gereken malzemelerdir ki bazı durumlarda kriz bölgesinde görev yapan uluslararası kuruluşlar tarafından zırh ve kask bulundurulması bir şart olarak istenebilmektedir. İletişim aracı olarak uydu telefon temini şarttır. Yabancı haber ajanslarının ya da yerel otoritenin uydu telefonlarından yararlanmak mümkün olmakla beraber, bu kaynaklar, haber açısından her zaman kendilerine öncelik vermelerinin yanı sıra verdikleri hizmet için yüksek ücretler talep etmektedirler. Fotoğrafın en çok önem kazandığı gazetecilik uzmanlık alanlarından biri savaş haberciliğidir. Zaten bir savaş muhabirinin yaşamı pahasına savaş alanına gitmesinin asıl amacı belge niteliğinde olan görüntüler elde etmektir. Dolayısıyla tüm fotoğraf makinelerini kullanmayı iyi bilmelidir. Savaş sırasında çekilen fotoğraflar ile dünyanın dikkati savaş bölgesine çekilebilmekte ve bu yönde tepkilerin güçlenmesi söz konusu olmaktadır. Savaş muhabirliğinde fotoğraf haber kadar önemlidir ve iyi bir savaş habercisi aynı zamanda iyi bir foto muhabiri olmalıdır. Ulaşım yollarının elverişsiz olabileceği de göz önüne alınarak, mümkün olursa zırlı ya da en azından arazi şartlarına uygun araçlarla yolculuk yapılması gerekmektedir. Yüksek risk bölgeleri olarak adlandırılan savaş ve sıcak çatışma bölgelerinde genellikle ulaşım ve iletişim gibi altyapıların çatışmalardan hasar görmesinin

169) <http://www.fotomuhabiri.com/savas/savas01.html>, Erişim: 09.08.2006, Ali Koçak, Görev Yerine Gitmeden Önce

yanı sıra normal koşullarda kolayca halledilebilecek küçük sorunların çözümünde zorluk çıkabilir. Bu açıdan, en azından iki araba ile seyahat etmekte ve asla askeri araçlara binmemekte yarar vardır.

Muhabirin ayrıca, çalışacağı bölgeye gitmeden önce bölgedeki siyasi oluşumları, son gelişmeleri, çatışma bölge ve nedenlerini, karşıt gruplar arasındaki görüş farklılıklarını, nerede kiminle ilişkiye geçileceğini de çok iyi öğrenmelidir. Çatışan taraflara ait, özellikle askeri kişi ve kuruluşlara ilişkin telefon numarası ve notların yazılı bulundurulması önemlidir. Gazeteci için gereken malzemeler, yanlış anlaşılmalara önlemek için, askeri malzeme görüntüsünde ve yeşil haki renkte olmamalıdır ve muhabir yanında asla silah taşımamalıdır. Muhabir ayrıca yürürlükte olan seyahat sınırlamalarını, insanlarla görüşme ve fotoğraf ya da film çekme haklarını kısıtlayıcı düzenlemeleri öğrenmelidir.

Ayrıca, konusu önceden belli bir haber hazırlanacaksa, olayın zamanını, yerini, güzergahını ve olayın içine girilip girilemeyeceğini belirlemek için ayrıntılar birçok kaynaktan öğrenilmelidir. Gidilecek bölgede basın için herhangi bir program varsa, etkinliği düzenleyenlerden gerekli bilgiler alınmalıdır. Özellikle sıcak çatışma ertesinde, çatışma bölgesinin kontrolünü ele geçiren güçler, kazandıkları zaferi dünya kamuoyuna duyurmak amacıyla söz konusu bölgeyi gazetecilere göstermek için gezi programları yaparlar.

10. ARAŞTIRMACI GAZETECİLİK

Haber yapım sürecinde zaten araştırmak, soruşturmak gerektiği için ‘Araştırmacı Gazeteci’ tanımı gazeteciler arasında tepki yaratmaktadır. Bu açıdan bakanlar, araştırmacı gazetecilik olarak tanımlanan ayrı bir uzmanlık alanının olmaması gerektiğini savunarak, araştırmacı gazeteciliğin tarihinin de gazetecilik kadar eski olduğunu söylemektedirler.

Oysa günümüz habercilik uygulamalarına bakıldığında, araştırmacı gazeteciliğin farklı bir disiplin haline geldiği görülmektedir. Gazetecilerin çoğu artık bu tanımı kabul etmektedir. Araştırmacı gazetecilik, uzmanlık gerektirmektedir. Gazeteciliğe yeni başlamış birini herhangi bir alanda görevlendirerek orada yetişmesi sağlanabilirken, araştırmacı gazetecilik için bu mümkün değildir. Tam tersine başka alanlarda yetişmiş, gazetecilik pratiğini kazanmış olan insanlar bu uzmanlık alanına kaydırılabilmektedir. Araştırmacı gazetecilik mesleki deneyim sahibi olduktan sonra başarıyla yürütülebilecek bir uzmanlık alanıdır. Yani, gazetecilikte uzmanlaşmış habercilerin yapabileceği bir iştir. Yeterli mesleki donanıma sahip olan haberci, sabırlı ve titiz ise, araştırıp soruşturmaktan zevk alıyor ise, iletişim becerisi yüksekse, bilgiye ulaşmanın yollarını iyi biliyorsa, araştırmacı gazeteci olabilmektedir.

Eleştiri ve muhalefet, araştırmacı gazetecilik için yeterli değildir. Bu yüzden araştırmacı gazeteciliğin başlangıç noktası, muhalif gazeteciliğin başlangıcı olarak kabul edilmemelidir. Araştırmacı gazeteciliğin başlangıç noktasını saptamak pek mümkün değildir. Ancak Amerika’da bazı üniversitelerde yapılan araştırmalar araştırmacı gazeteciliğin tarihinin 17. yüzyıla kadar uzandığını göstermektedir. Colombia University Press yayın evinin bir araştırmasında da 1690’da Benjamin Harris adlı gazetecinin koloni yönetimine yönelttiği eleştiriler, başlangıç noktası olarak gösterilmektedir. Bir diğer örnek ise, New England Courier gazetesinden James Franklin’in yönetimin emir ve talimatlarını dinlemeden yayın yapmasıdır. Basın tarihine bakıldığında da, olayların cereyan ettiği yere gitme, görgü tanığı olma düşüncesinin bile her zaman, gazetecinin etkinliğine bağlı olmadığı fark edilmektedir. “Gazetecilerin, büyük bir olayın geçtiği alanın ortasında ya da yakınlarında ilk kez varlıklarını göstermeleri, 1851’ de, Kırım Savaşı’ nda oldu. İngiliz Morning Post ve Times gazeteleri, olay yerine birer muhabir gönderdiler. Biri Corriera Della Sera, diğeri Daily News Gazetesi’ne mensup iki gazeteci ise, 1870 Fransa- Prusya savaşı boyunca yazdıkları haberlerle ün kazandılar. Ancak ilk uzun araştırma- inceleme çalışması, 1871’ de, kaynağını bulmak için Nil nehri boyunca ilerleyen kaşif

David Livingstone'un araştırmasına katılan Hanry Stanley'in yaptığı soruşturma ile gerçekleşti ve halkın büyük ilgisini çekti. 20. yüzyılın başında yaygınlaşan ve bu mesleğe, Joseph Kessel, Ernest Hemingway gibi yazarlar ya da Fransa' da Albert Londres kadar ünlü kişilerle katkıda bulunan gazeteciliğin bu türünün bazı öncüleri hatırlandığında, sondaj çalışması yapan gazetecilerin ilk adımlarının, yazı işlerindeki meslektaşları, hatta zamanın aydınları tarafından pek değerli bulunmadığını unutmamak gerekir"(170).

Asıl olarak 1950'lerden itibaren araştırmacı gazeteciliğin yetkin örnekleri bu tanım altında kullanılmaya başlamıştır. Amerika'da araştırmacı gazetecilik tanımının popüler olması ise Vietnam Savaşı yıllarına rastlamaktadır. Tanımı zirveye çıkaran da 1972'deki Watergate Skandalıdır. Nixon'ı başkanlıktan istifa etmek zorunda bırakan skandalı ortaya çıkaran gazeteciler Bob Woodward ve Carl Bernstein, büyük ün kazandıkları gibi araştırmacı gazeteciliği de zirveye taşımışlardır. O tarihten itibaren de araştırmacı gazetecilik gözde uzmanlık alanlarından biri haline gelmiştir.

Türkiye'de ise araştırmacı gazeteciliğin tam anlamıyla gelişimi 1970'lerde olmuştur. Ondan önce de başarılı araştırmacı gazetecilik örnekleri verilmiştir. Zaten Cumhuriyet'in kurulduğu yıllarda ve tek parti döneminde basına yönelik ciddi sansürler söz konusudur. Çok parti dönemiyle birlikte 1950'lerden itibaren çok sesli gazetecilik başlamıştır ve bu dönemde başarılı gazetecilik örnekleri sergilenmiştir. 1970'lere kadar, söyleşiler dışında önemli araştırma-soruşturma haberlerinin çoğu belirli güç odakları ya da siyasetçiler ile sürdürülen iyi ilişkiler sayesinde elde edilen dosya ve belgelere dayanmaktadır.

Türkiye'de araştırmacı gazeteciliğin en başarılı örneklerini Uğur Mumcu,

170) http://www.acikradyo.com.tr/default.aspx?_mv=a&aid=14811&cas=943,Erişim: 30.05.2006, Medya Konuşmalar VIII: Medya Eleştirisi, Ragıp Duran ile Röportaj

1970’lerde vermeye başlamıştır. Dönemin Başbakanı ve AP Genel Başkanı Süleyman Demirel’in yeğeni Yahya Demirel’in suntaları mobilya adı altında ihraç ettiğini kanıtlayan ve Uğur Mumcu ile Altan Öymen imzasını taşıyan ‘Sunta Olayı’ adı verilen 1976 tarihli haberler, büyük yankı uyandırmıştır. Mumcu imzalı araştırma haberleri birbirini izlemiş, Mumcu kimi zaman Rabıta-Diyanet ilişkisini, kimi zaman yeraltı dünyasını araştırmıştır.

Ancak Türkiye’de araştırmacı gazetecilik açısından dönüm noktasının ‘Susurluk Skandalı’ olduğu kabul görmektedir. Susurluk’ta 1996 yılında meydana gelen ünlü trafik kazası sonrasında ortaya çıkan karanlık ilişkileri aydınlatmak üzere pek çok araştırmacı gazeteci konuya eğilmiştir ve o dönemden itibaren de araştırmacı gazetecilik, Türkiye’de bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmiştir. Polisiye ilişkilerin, olayların özellikle Türkiye’deki araştırmacı gazetecileri daha fazla meşgul ettiği bir gerçektir; ancak yine de araştırmacı gazeteciliğin çalışma alanları sadece polisiye konularla sınırlı değildir. Ekonomi dünyasıyla da ilgili birçok araştırmacı gazetecilik ürünleri vardır. Yani ekonomi gazeteciliği ile araştırmacı gazetecilik yakından ilgili iki alandır. Çünkü çıkar ilişkileri ekonomi dünyasında düğümlenmekte, büyük maddi kaynaklar kamu kurumları ve özel şirketler ile kişiler arasında el değiştirmektedir.

Bill Kovach’ın ‘Gazeteciliğin Esasları’ kitabında anlatıldığı üzere, gazeteciliğin temel ilkesi, temel işlevi karşı iktidar olmaktır. “Gazeteci öncelikle gerçeğe karşı sorumlu olmalıdır. Bu gerçek, zirvede, siyasi, ideolojik, askeri, iktisadi zirvede üretilen medyatik gerçek değil, toplumda, günlük hayatta, urttaşın yaşantısında somut ifadesini bulan hakiki gerçektir. Gazetenin sorumluluk hiyerarşisinde ikinci olarak hitap ettiği kitleye sorumluluk var. İktidara, iktidarın tabularına, resmi çizgiye değil”(171).

171) <http://www.evrensel.net/03/01/28/medya.html>, Erişim: 07.08.2004, Ragıp Duran, Yeni Bir Gazete Nasıl Çıkarılır

Araştırmacı gazeteci, araştıran, soruşturan kişiliğiyle kaçınılmaz olarak muhalif bir duruşu vardır. O nedenle de araştırmacı gazeteci dendi mi, dünyada genel olarak kimi güç odaklarına karşı duran, muhalefet eden gazeteci anlaşılır.

Araştırmacı gazetecilik çerçevesinde haber, bir yerlerde birilerinin basılı olarak görmek istemediğidir.

Gazetecilik dinamik bir faaliyettir. Zamana karşı yarışır. Gazeteci de böyle zamanla birlikte akarak iyi haberi, ses getirecek haberi yakalamaya çalışmaktadır. Ama zamanla yarışmak zorunda kalması çoğu zaman haberlerin yeterince araştırılamamasına, sorgulanamamasına neden olmaktadır. Ekonomisi ve demokrasisi gelişmekte olan Türkiye gibi ülkelerde, felaketler, skandallar sıkça yaşanmaktadır. Her geçen gün yeni bir olay patlak vermekte, yeni olay eskisini geriye itmektedir. Dolayısıyla olaylar bütün boyutlarıyla, ayrıntılı bir biçimde ele alınamamakta, yüzeysel olarak okuyucuya sunulmaktadır. Bu süreç içerisinde zamana karşı da yarışmak zorunda olan haberci, elde olanlarla yetinmektedir. Araştırmacı gazeteciliğin ayrıldığı noktalardan biri burasıdır. Yani zamana karşı yarışta daha rahat olabilmesidir. Arada kesin ve aşılmaz sınırlar yoktur. Araştırmacı gazeteci olmasa da diğer alanlarda çalışan haberciler de kimi kez zamana karşı yarıştan çekilmekte ya da zamana meydan okuyarak yarıştan vazgeçmeden pek çok zorluğu göğüsleyerek araştırmacı gazetecilik örnekleri vermektedir. Ancak bu durum onları araştırma gazeteci olarak tanımlamamıza yetmemektedir.

“Gündem nasıl yol alıyorsa ona hiçbir sorgulama yapmadan adeta akıntıya kapılarak yapılan bir habercilik türü vardır ve Martin Walker bunu ‘Sürü gazeteciliği’ olarak tanımlamıştır”(172). Sürü gazeteciliğinin örneklerini her gün görmek mümkündür ve günlük gazetecilik faaliyeti sırasında neredeyse içgüdüsel

172) <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=5280>, Erişim: 21.10.2005,
Derya Deniz Kırıcı, Sürü Gazeteciliği

olarak yaşanmaktadır. Basın toplantılarında, siyasi liderlerin gezilerinde gazeteciler habere konu olan kişiyi sorgulamak yerine birbirlerini kollayarak, kim kaç satır daha fazla yazdı? kaygısıyla, eksik satırları tamamlamaya çalışmaktadırlar. Bir foto muhabiri objektifini farklı bir yöne doğrultup flaşı patlattığında hemen diğerleri de o tarafa dönüp birbiri ardına neyi çektiğini bile bilmeyerek fotoğraf çekmektedir. Araştırmacı gazeteci, sürüden ayrılandır.

Bilginin bu denli çeşitlendiği, bollaşığı bir ortamda, gazetecilikte hedef, gerçekten işe yarayacak bilgileri ayırt edebilmektir ki bu da araştırma yöntemlerini bilmeyi zorunlu hale getirmektedir.

Bu bağlamda araştırmacı gazeteci, her şeyden önce üzerinde çalıştığı alanla ilgili derin bir bilgiye sahip olmalıdır. Küçük bir nokta, daha ileriye gitmesini ve tanıklar, bilgi verecek kişiler, önsezisini doğrulayacak ya da tam tersi çürütecek belgeler bulmasını sağlayacaktır. Kaynaklar, gazeteciye, Watergate davasında olduğu gibi, belgelerin sızması, patavatsızlık ve kendiliğinden ortaya çıkan bilgiler şeklinde de olabilir. O halde gazeteci, olayları doğrulamasına olanak veren ya da sahte ipuçlarını, hatta kasten gerçek dışı bilgi verme niyetini açığa çıkarma olanağı sağlayan, değişik kaynaklardan gelen bilgileri karşılaştırarak incelemektedir. Soruşturmanın etkililik derecesi ve araştırmayı yapan gazetecinin yeteneğinin yanı sıra haberci, kurumların ve ilgilendiği alanın işleyişini iyi bilmelidir.

D) TOPLUMSAL KURUMLAR SİSTEMİNİN BİR ALT SİSTEMİ OLARAK EĞİTİM SİSTEMİ

Modern toplumların gelişme motoru nitelikli iş gücüdür. Nitelikli işgücünün yetişmesi verilen eğitime bağlıdır. İnsanın doğuştan getirdiği yeteneklerini eğitim yoluyla, bilgi ve deneyimlerle donatmak gerekmektedir. İşte o zaman eğitim insan geliştirmenin temel faktörlerinden biri olur. Yeterli sayıda

nitelikli işgücünü yetiştirmeden hiçbir kesimin etkili olarak amacına ulaşması düşünülemez. Çünkü eğitim, işgücü için gerekli potansiyeli sağlar.

"Eğitim, bireyin toplumsal yeteneğinin en elverişli düzeyde kişisel gelişmesinin elde edilmesi için seçilmiş ve denetimli bir çevreyi (özellikle okulu) içine alan toplumsal bir süreçtir. zaman, mekan yönünden de kapsamlı ve çok boyutludur"(173). Canlı bir organizmaya benzeyen, zaman ve mekana göre gereken esnekliği gösteren eğitim, dinamikliği vurgular.

Değişen toplumun kendi iç dinamizminin yanı sıra günümüzde uluslararası ilişkiler artmış, teknoloji ve genel olarak kültür alışverişi hızlanmış, dünya küçülmüştür. Örneğin, teknolojik gelişme, sanayileşme, toplumsal kaynakların kullanımındaki değişimler, artan nüfus ve nüfusun istihdam sorunu yani üretken olabilecek insanların belli alanlara yerleştirilmeleri eğitim sistemlerinin ve eğitim planlamalarında değişiklikler yapılmasını zorunlu kılmıştır. Böylece ihtiyaç duyulan insan gücüne göre bazı eski yapılar fonksiyonlarını yitirirken yeni ihtiyaçlar karşısında yeni yapılar ortaya çıkmıştır.

Toplumsal değişme sürecinde toplumun herhangi bir ögesinde ortaya çıkan değişimin bazen bir, bazen birkaç kurumun yaptırımlarında değişiklik yaratacağı, böyle durumlarda bir arada eşgüdüm halinde bulunan toplumsal kurumların da, eğitim kurumunun da değişime gireceği açıktır. Bu nedenle eğitim, bütün diğer toplumsal, ekonomik, idari politik gelişmeler için ön şarttır. Örneğin, ekonomik büyümeyle birlikte ekonomi kurumu kadar eğitim, siyaset, ahlak, hukuk, iletişim, hatta aile kurumunda bile değişim kaçınılmazdır.

"Genel olarak eğitim iki bölümde incelenmektedir. Örgütlenmiş (Fomal) ve örgütlenmemiş (informal) eğitim. Bireyin zihinsel yeteneklerinin gelişmesini sağlayan genel konularda, bir meslek kazanmasını sağlayan uzmanlık alanlarında

173) Fatma Varış, Eğitim Bilimine Giriş, Ankara, A.Ü. Eğitim Fakültesi Yay. No.98, Sevinç Matbaası, 1981, ss.16

bilgiler edinmesi için gerekli her çeşit yetiştirme örgün eğitim kapsamına girer. Örgütlenmiş eğitim, örgün eğitim(okul içi eğitim) yaygın eğitim ve hizmet içi eğitimden oluşur"(174). Toplumun sürekli görelî dengesini sağlamak adına, değişik zamanlarda, eğitim kurumları yönlendirilmektedir. Müfredat programlarında değişikliklere gidilebilmekte, trafik, çevre, insan hakları gibi konular güncel ihtiyaçlara bağli olarak öğretim programlarına alınmaktadır. Başta TV olmak üzere kitle iletişim araçlarının bireyin ve toplumun günlük yaşamında giderek daha fazla yer işgal etmeye başlamasıyla, bu araçların bilinçli olarak tüketilmesi zorunluluğu da tartışılır olmuştur. Bireylerin bu araçlar karşısında pasif değil, etkin bir sorgulayıcı bir tavır takınması günümüzde medya yapılanması ve işleyişinden kaynaklanabilecek olumsuzlukların giderilmesinde önemli olacaktır. “Bu amaçla orta öğrenim programlarına konulacak ve öğretmenlik formasyonu almış iletişim fakültesi mezunlarınca verilecek, medya okuryazarlığını sağlamaya yönelik ‘Medya ve Toplum’ adlı ders, genç beyinlerin medyanın işleyişi hakkında bilgilenmelerini sağlayacaktır. Bu bilgilenme, ileride, araç ve içerik tercihleri ile mesajları anlama ve yorumlama yetenekleri üzerinde olumlu etkiler yaratacaktır”(175). RTÜK(Radyo Televizyon Üst Kurulu)’ün de girişimiyle, orta öğrenim programlarına, medya okuryazarı gençler yetiştirmek üzere dersler konulmaya başlayacaktır ve bunun altyapısı hazırlanmaktadır.

Müfredat programlarına ilaveler yapılabildiği gibi, mevcut okulların ihtiyaca tam olarak yanıt vermemesi halinde yeni okullar açılabilir.

Bu durum, gazetecilik eğitimi veren kurumlar için de geçerlidir. Kitle iletişiminin ve eğitimin toplumsal etki ve fonksiyonları göz önüne alındığında kitle iletişim araçlarını kullanan eğitilmiş elemanların da ne derece önem taşıdığı ve bu alanda eğitim verme fonksiyonuna sahip olan okulların da toplumsal önemi

174) Mahmut Adem, Eğitim Planlaması, Ankara, A.Ü.Eğitim Fakültesi Eğitim Araştırmaları Merkezi(EFAM)

175) <http://www.milef.com/dosyalar/medya.pdf>, Erişim: 29.09.2006, Abdülrezak Altun, Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Önemi ve İhtiyaçları , I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, 23- 25 Mayıs 2005

bir kez daha ortaya çıkmış olmaktadır.

Okulların fonksiyonu basına, nitelikli, mesleki açıdan sorumluluk sahibi elemanlar yetiştirmektedir. Eğitilmiş gazeteciye duyulan ihtiyaç sonucu toplumda yeni bir yapı doğmuş, dünyada ve Türkiye'de bu ihtiyacı gidermek amacıyla gazetecilik okulları kurulmuştur. Toplumsal kurumlardaki sürekli değişim sonucu basında daha önce eğitim fonksiyonu gazeteler tarafından yürütülürken sonraları iki yıllık eğitim veren gazetecilik okulları ve bu da yetmeyerek dört yıllık Basın Yayın Yüksek Okulları ve sonrasında İletişim Fakülteleri basının ihtiyacını karşılamaya başlamıştır.

İletişim eğitime ilişkin gereksinimin ve talebin artması dolayısıyla istihdam fazlasını beraberinde getirmiştir. Tüm bunlar bugün Avrupa'da birçok ülkede iletişim eğitime dair tartışmaların da kaynağını oluşturmaktadır. Türkiye'de iletişim fakülteleri, gerek kuruluşları sırasında tercih ettikleri eğitim politikaları gerekse de öğretim kadrolaşması ve yönetim süreci sonucu verdikleri eğitim açısından farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıktan dolayı fakülteler, iki farklı mezun tipi vermektedir: Kimi iletişim fakülteleri medya ile kurduğu sıkı bağlar sonucu medya kuruluşlarınca arandılan iletişimcileri yetiştirirken; kimileri de medyanın mevcut yapısına tepki üreterek daha kuramsal kaygılarla eğitim vermektedir.

1. BATIDA GAZETECİLİK EĞİTİMİNİN KURUMSALLAŞMASI

Gazeteciliği diğer bölümlerden ayıran noktalardan biri, gazeteciliğin eğitimden daha fazlasını gerektiriyor olmasıdır. Mezunlardan, bir gazetecilik bölümünü bitirdikten sonra daha fazla eğitim almadan seçtikleri alanda yerlerini alabilmeleri beklenmektedir. İşverenler de çalıştırdıkları insanlardan hemen işe başlamalarını beklemekte, ancak bunun pek mümkün olmadığını da bilmektedirler. Gazetecilik eğitimi veren kurumların ise, piyasanın talebini karşılamak konusunda hassas davranarak, program altyapılarını gözden geçirmek

suretiyle, değişen teknoloji ve endüstrinin gerektirdiği doğrultuda hareket etmeleri gerekmektedir.

Gazetecilik eğitiminin gündeme geldiği ilk yıllardan itibaren bu eğitimin meslek içinde mi yoksa akademik düzeyde mi yapılması gerektiği konusunda tartışmalar yapılmıştır. İletişim fakülteleri mesleki eğitim mi yoksa akademik eğitim mi vermeli, çok yönlü eğitim mi; yoksa uzmanlaşmaya yönelik bir eğitim mi vermeli? Hangi sistem daha etkili: Akademik olarak bir gazetecilik eğitimi almak mı; yoksa başka bir alanda eğitim aldıktan sonra kurs ya da özel bir eğitim almak mı daha gerekli ve etkili? türünden tartışmalar hala yapılmaktadır.

Bir görüşe göre, gazeteci ancak gazetede yani meslekte çalıştığı sırada gazetecilik kurslarına devam ederek en iyi şekilde yetişir. İkinci görüşe göre ise, gazeteciliğin toplumsal fonksiyonu göz önüne alındığında üniversite bünyesinde, uygulamaya da yer veren fakat akademik yanı ağır basan bir eğitim sistemi kaçınılmazdır. “Birinci sisteme tamamlayıcı, ikincisine ise hazırlayıcı öğretim sistemi adı verilmektedir. Hollanda ile Danimarka tamamlayıcı eğitim sistemini seçmiş ve haftanın belirli günleri kurslar düzenleyerek çalışan gazetecilerin eğitimlerini bu şekilde sağlamışlardır. Amerika Birleşik Devletleri, Sovyetler Birliği, Batı Almanya, Norveç, Polonya, İtalya, Fransa ve Türkiye’de ise hazırlayıcı öğretim sistemi tercih edilerek, öğretim, okullar, fakülteler, enstitüler yada akademiler kanalıyla yapılmaktadır. Hazırlayıcı öğretim sistemi de kendi içinde ikiye ayrılabilir. Birinci sisteme göre basın kuruluşları kendi elemanlarını kendileri eğitmektedir. Bu sistem Fransa, Norveç ve İngiltere’nin birçok bölümünde, Almanya’da Münich’teki W. Friedmann Enstitüsü’nde görölmektedir. Bu uygulamaya göre gazeteler kendi açtıkları okullarda kendi elemanlarını beklentileri doğrultusunda yetiştirmektedirler. İkinci sistemde ise gazetecilik öğretilimi üniversitelerin bünyesinde akademik düzeyde gerçekleştirilir. Bu sistemi, Amerika Birleşik Devletleri, Sovyetler Birliği, Almanya (Münster, Münich ve Leipzig’de), Avusturya (Viyana’da), Polonya (Prag’da), Çekoslovakya ve

Türkiye uygulamaktadır”(176).

Türkiye’de 1947’lerde eğitilmiş gazeteciye duyulan ihtiyaç dünyada bu tarihten yaklaşık 70 yıl önce hissedilmeye başlamıştır. "Gazetecilik alanında eğitim dünyada ilk kez 1869- 1871 tarihleri arasında ABD’deki Washington ve Lee üniversitesi bünyesinde uygulanmıştır. Robert E. Lee tarafından kurs şeklinde yürütülen program gazetecilik eğitimi için bir başlangıç olmuş, daha sonra 1904 yılında Illinois Üniversitesi’nde 4 yıllık öğretim başlamıştır.Üniversiteye bağlı olarak 4 yıllık eğitim veren gazetecilik okulu açma girişimleri ise ilk kez 1908 yılında Joseph Pulitzer’in Missouri Üniversitesi’ne 2 milyon dolar bağışlamasıyla başlamış, okul öğretime 1912 yılında başlayabilmiştir. Bu girişimlerden sonra gazetecilik eğitimi veren okulların sayısı hızla artmış, özellikle 1939’lardan sonra gazetecilik eğitiminin önemi tüm dünyaca kavranmıştır.

Batı ülkeleri ile kıyaslandığında genel olarak kitle iletişim alanındaki eğitimin en gelişmiş ve yaygın uygulamasına ABD’de rastlanmaktadır. “20. yüzyılın ortalarına gelindiğinde ABD’de profesyonel düzeyde eğitim veren gazetecilik okulu sayısı 100’e ulaşmıştır. 1970- 1990 yılları arasında ABD’de iletişim mezunlarının sayısının %35 oranında artış gösterdiği bilinmektedir”(177).

Yazılı basının ilk günlerinden beri, gazetecilerin çalıştıkları gazetelerde ya da kendi alanlarında, görevleri başında gereken tüm eğitimi almış olan yetenekli insanlar oldukları sanılırken 1960’ların sonuna doğru, Avrupa’da, birden editörler, yayıncılar ve gazeteci birlikleri kendilerini bu konuda rahatsız hissetmeye başlamışlar, yetersiz olduklarını anlamışlardır. Kitle iletişimi alanında eğitim veren pek çok fakülte olmasına rağmen buralardan mezun olanlar her zaman gazetelerde hoş karşılanmamaktaydı. Editörler, hukuktan biyolojiye kadar

176) Fatma Varış, Eğitim Bilimine Giriş, Ankara, AÜ. Eği. Fak. Yay. No.98, Sevinç Mat., 1981, ss.18

177) Erol Mutlu, İletişim Çalışmaları Alanına Aykırı Bir Bakış: Bir Üst İletişim Olarak İletişim Çalışmaları, İLEF Yıllık, 1994-95, ss.165

çeşitli bölümlerden mezun olmuş kişileri, iletişim fakültelerinden mezun olanlara tercih ediyorlardı. Bu yüzden, Avrupa'nın bazı ülkelerinde yayıncılar birlikleri, gazeteci cemiyetleri genç gazetecilerin eğitimlerini nasıl geliştireceklerine dair fikir ve yöntemler üretmeye çalışmışlardır. "Avusturya'da yayıncılar ve gazeteci birlikleri, devlet dahil hiçbir kurumun kendi işlerine karışmasını, müdahale etmesini istemedikleri için, birlikte gazetecilik için uygun standartlar belirlemişler ve 'Gazetecilik Eğitimi Konseyi'ni kurmuşlardır. Süreli yayınların yayıncıları da, konsey kurulduktan kısa bir süre sonra üye olmuşlardır. Böylelikle, endüstrinin büyük bir bölümü, geleceğin gazetecisi için yeterli olmak adına gereken eğitimi kabul etmiş olmuşlardır"(178). Almanya'da da pek çok yayıncı ve çok sayıda büyük gazetenin yayıncısı, çalıştırdıkları gazetecinin üniversite diplomasına sahip olmasını ve o alana hakim olmasını istemektedir. Dahası sadece bir alanda uzmanlaşmış olmalarını değil, işin metodolojisini de çözecek bir eğitimden geçmiş olmalarını, kendilerini bu yönde eğitmelerini istemektedirler. Bir alandaki bir konuya konsantre olup sistematik bir biçimde konuya yaklaşmak bir kez öğrenildiğinde, gazetecinin herhangi bir alandaki konunun hızla ve kısaca üstesinden gelmesi kolay olmaktadır. Örneğin "Almanya'nın Cologne Üniversitesi, gazetecilik pratiği eğitimi ile akademik çalışmaları birleştirmektedir. İlk 3 dönemde öğrenciler, gazetecilikle ilgili temel bir eğitim almaktadırlar -ki bunlar araştırma, edite etme, röportaj teknikleri ve farklı biçimlerde haber sunumları, medya ile ilgili bilgiler, lokal politika, hukuk, tarih vb.dir. Üç sönestr bittikten sonra, akademik çalışmalar başlamakta, ekonomi ve politika konularında ciddi bir eğitim verilmekte ve öğrencilere ülke sorunları hakkında makaleler yazdırılmaktadır. Cologne Üniversitesi'nde öğrenciler en az bir alanda uzmanlaşmaktadırlar. Bu eğitimin ardından, rahatlıkla şirketlerin halkla ilişkiler departmanlarında, gazetelerde, radyo ve televizyonlarda çalışmaya başlanmaktadırlar. Dortmund'da verilen eğitim de başarılı bir örnek

178) <http://www.ejc.nl/pdf/pub/jt.pdf>, Erişim: 12.04.2005, Ingeborg Hilgert, A General or Specialist Training, European Journalism Training in Transition the Inside View, edit:Jan Bierhoff- Mogens Schmidt, European Journalism Centre, Maastricht, 1997

oluşturmaktadır. Yalnızca öğrenimleri boyunca 14 ay stajyer olarak çalışmış olanlar bitirme sınavlarına katılabilme şansına sahiptir. Staj süresinin 12 ayı bir gazetede veya radyo/ televizyonda, geriye kalan 2 ay ise başka bir kitle iletişim aracında çalışarak tamamlanabilir”(179).

“Bugün Avrupa’da üniversitelerin yanı sıra 2 yıllık gazetecilik enstitülerinde gazetecilik eğitimi verilmektedir. 4 yıllık herhangi bir fakülteyi bitiren ve gazetecilik yapmak isteyen kişi sınava girmektedir. Bunların kontenjanları 20 olup, birinci sınıfta gazeteciliğin ABC’si verilmektedir. İkinci sınıfta gazetecilik üzerine daha ayrıntılı mesleki dersler verilmektedir. Öğrenciler farklı medyalar için haber yapmayı en son model cihazları kullanarak öğrenmektedir. Sayı az olduğundan tüm öğrencilerle teker teker ilgilenme imkanı olmaktadır. İletişim eğitimi veren kurumların sayısı ve kontenjanları az olduğundan, öğrenciler mezun olduklarında işleri hazır olmaktadır”(180).

Gazetecilik eğitimi hem farklı medyaları hem de özel alanları(politika, ekonomi, kültür- sanat gibi) dikkate alarak uzmanlaşmaya yönelik olmalıdır. Gazetecilik eğitimi veren okullardan mezun olanların işsiz kalması istenmiyorsa, en azından iki farklı medya için teknik ve sunum biçimleri öğretilmelidir. Bu, bugünün gerçeğidir ve ileride de geçerli olacaktır. Özellikle, geleceğin medyasında, multi-medya dönemde, habercinin işi değişecektir. Geleceğin habercisi, en azından multi -medya tasarımının özel biçimlerini, bilginin ses ve görüntü yoluyla iletilmesinin en basit, en temel biçimlerini öğrenmek zorundadır. Gazetecilik eğitimini özel alanlara(kültür- sanat, spor, ekonomi, politika gibi) yöneltmek ise o kadar kolay değildir. Önce gazeteciliğe yönelik bir eğitim verilerek üzerine alana yönelik eğitim inşa edilebilir. Ya da tam tersi, lisans eğitimi gazetelerdeki uzmanlık alanlarından birine uygun olan bir kişi üzerine gazeteciliği yapılandırabilir. Gazeteciler, toplumu anlamak zorundadırlar bunun için de

179) <http://www.konrad.org.tr/index.php?id=306>, Erişim:09.04.2006

180) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss. 70

tarihsel, sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yapıya yönelik bilgiye ihtiyaçları vardır. Geleceğin gazetecisinde bulunması gereken özelliklerin, lise eğitimi sırasında kazandırılmayacağı kesindir. Bu kısmen mümkün de olsa, asıl boşluklar gazetecilik eğitimi sırasında doldurulmalı, uygulamalı eğitim, teorik bilgiyle tamamlanmalıdır.

2. TÜRKİYE’DE GAZETECİLİK EĞİTİMİNİN KURUMSALLAŞMASI

Türkiye’de ise “ilk kez Ahmet Rasim’ in gündeme getirdiği Gazetecilik Okulu açma fikri tüm uğraşlardan sonra ancak 1947’lerde Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin İstanbul Üniversitesi’ne başvurusu sonucunda gerçekleşebilmiştir. 1950 yılında öğretime başlayan Gazetecilik Enstitüsü İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi’ne bağlı olarak kurulmuş ve iki yıllık eğitim vermeye başlamıştır. 1965 yılında da Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu ‘iletişim eğitimi’ vermek üzere kapılarını eğitime açmıştır. İstanbul Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi’nin ardından gelen girişimler, bu eğitime farklı boyutlar getirmiştir”(181).

İlk kurulan Gazetecilik Enstitüsü’nde, hem İktisat Fakültesi öğretim üyeleri hem de meslekten gelen tanınış gazeteciler ders vermişlerdir. 1955-1956 ders yılında İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü’ne konuk profesör olarak gelen Wilmont Haacke’den bir rapor hazırlanması istenmiştir. Haacke’nin hazırladığı raporda, enstitünün durumunun tam akademik bir öğretim vermeye müsait olmadığını, öğrencilerin uluslararası araştırma alanındaki çalışmalara katılmaya elverişli olmadığını, enstitünün basın, film, radyo, TV, reklam, propaganda, gibi fenomenlerle meşgul olması gerektiğini ifade ettiği bilinmektedir. Eğitimli gazeteci yetiştirilmesi için Gazetecilik Enstitüsü’nü kurduran medya sektörü, Enstitü’nün verdiği mezunlara iş vermemekte

181) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss. 69

direnmiştir. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu ise eğitim ve öğretime kapılarını açmadan önce, disiplinler arası içindeki okutulacak temel derslerin içeriklerine nasıl biçim verileceği üzerinde durmuştur. Kuramsal derslerin yanı sıra uygulamalı dersleri kimler nasıl yürütecektir? Okulun araçsal yapısını da gözетerek, dünyada iletişim eğitimi veren pek çok kuruluşa gönderilen anketler sonucunda ders programları yapılmıştır ki ağırlık sosyal bilim, kitle iletişim eğitimindedir. Öğrenciler, gazetecilik, radyo-televizyon ve halkla ilişkiler olmak üzere 3 bölümde eğitim görmüşler, bu eğitimin ilk 2 yılı ortak sosyal bilim derslerinden (Anayasa, İktisat, Sosyoloji, Siyaset Bilimine Giriş, Uluslararası İlişkiler Tarihi, Hukukun Temel Kavramları, Dünya Edebiyatı, Türk Dili ve Kompozisyon, İstatistik, Sosyal Psikoloji, Maliye, Siyasal Düşünceler ve Rejimler, Sosyal Politika) son iki yılı ise meslek derslerinden oluşmuştur.

İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü ile Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi BYYO'da yapılan eğitim ve öğretim çalışmalarına 1967 yılından itibaren İstanbul, Ankara ve İzmir'de açılan Özel gazetecilik Yüksek Okulları'ndaki çalışmalar eklenmiştir. 1987-1988 öğretim yılı itibarıyla, YÖK'ün isteği üzerine ilgili üniversitelerde, gazetecilik ve halkla ilişkiler bölümü ikiye ayrılarak 'Gazetecilik Bölümü' ve 'Halkla İlişkiler ve Tanıtım' bölümleri kurulmuştur. 1992 yılında ise yapılan bir yasa değişikliği ile BYYO' lar İletişim Fakültelerine dönüştürülmüştür. Bunu 1993 yılında İletişim Fakültelerindeki Bölümlerin altına YÖK tarafından anabilim dallarının yerleştirilmesi takip etmiştir. Gazetecilik Bölümü'nün altına, Genel Gazetecilik, Basınyayın Tekniği, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği, Bilişim ve Bilgisayar Teknolojileri; Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü'ne Radyo Televizyon, Sinema, İletişim Bilimi, Grafik Sanatlar ve Fotoğrafçılık; Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümüne Halkla İlişkiler, Kişilerarası İletişim, Araştırma Yöntemleri, Reklamcılık ve Tanıtım konulmuştur. Araçsal fakat aşırı uzmanlaşma anlayışını içinde barındıran bu dönüşüm, disiplinlerarası bir yaklaşımla hareket eden genel iletişim- kitle iletişim sorunsalı ile köprüleri atarken, bölümlerin altına

yerleştirilen anabilim dallarının bölümle olan ilişkisini çoğu kez anlamayı olanak dışı bırakmıştır.

“Türkiye’de ilk özel gazetecilik okulu 1948’de Müderris Fehmi Yahya tarafından açılmıştır. ‘İstanbul Özel Gazetecilik Okulu’ üniversite düzeyinde bir eğitim kurumu olmamakla birlikte, Türkiye’de açılan ilk özel gazetecilik okulu olması bakımından önem taşımaktadır. Matbuat sektörüne ve iş hayatına hazırlıklı eleman yetiştiren bir müessese olarak açılan okul, biri ortaokul üzerine üç yıllık, diğeri ise lise üzerine bir yıllık eğitim veren iki devreden oluşmaktaydı. Okulun eğitimine 1963 yılında ara verildi”(182).

Türkiye’de başlangıçta iki üniversitede yapılan eğitim, 1970’li yıllarda beşe çıkarken, bugünkü Ankara, İstanbul, Marmara, Ege ve Gazi Üniversiteleri iletişim fakültelerinin temelleri atılmıştır. 1975 yılından itibaren Eskişehir’de başlayan yeni bir oluşum, bugünkü Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi’nin kurulmasına ön ayak olmuştur. 1982 yılında yürürlüğe giren YÖK yasası ile birlikte Ankara, İstanbul, Marmara, Ege ve Gazi Üniversiteleri BYYO adı altında bu üniversitelerin rektörlüklerine bağlanarak 'tek tip' eğitime gidilmiştir. 1992 yılında çıkarılan 3837 sayılı yasa ile 2908 sayılı YÖK Yasası’nda değişiklik yapılarak mevcut Basın Yayın Yüksek Okulları İletişim Fakültelerine dönüşürken, Eskişehir’de Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi ile Konya’da Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi kurulmuştur. 1990’lı yılların içinde pek çok devlet ve vakıf üniversitesinin kurulmasıyla birlikte, bugünkü duruma ulaşılmıştır.

Bugün 15 devlet üniversitesinde (Akdeniz, Anadolu, Ankara, Atatürk, Ege, Erciyes, Fırat, Galatasaray, Gazi, İstanbul, Karadeniz Teknik, Kocaeli,

182) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, s. 69

Marmara, Mersin ve Selçuk Üniversiteleri) ile 14 vakıf üniversitesinde (Bahçeşehir, Başkent, Beykent, Doğu Akdeniz, İstanbul Bilgi, İstanbul Ticaret, İzmir Ekonomi, Kadir Has, Kültür, Lefke Avrupa, Maltepe, Uluslararası Kıbrıs, Yakındoğu ve Yeditepe Üniversiteleri) iletişim fakülteleri bulunmaktadır. Bugün iletişim fakültelerinde, ilk iki yıl boyunca sosyoloji, hukuk, ekonomi, sosyoloji, psikoloji, tarih ve edebiyat gibi bilim dallarına yönelik, bu alanlardaki temel kavramlar ve bilgiler verilmektedir. İletişim Fakültelerinin Gazetecilik Bölümlerinde II. sınıftan itibaren Haber Toplama ve Yazma, Bilgi ve Belgelere Erişim, Gazete Yazı Türleri, Gazete Yayımlama Teknikleri, Haber Alma Teknikleri adlarıyla dersler konulmaya başlamıştır. III. sınıfta bu dersleri detaylı bir biçimde almaya devam etmektedirler. Yine III. sınıfta ‘Uzmanlaşmış Gazetecilik’ ya da ‘İleri Gazetecilik’ adı altında uzmanlık alanlarına yönelik dersler verilmektedir ve öğrencilerin gazeteciliğin çeşitli uzmanlık dallarında uygulamalı çalışma yapması hedeflenmektedir. Öğrenciler meslek profesyonellerinin de katılımıyla alanı tanıyarak, alanda yapılan çalışmaları da izleme olanağı bulmaktadırlar. Ekonomi Haberciliği, Araştırmacı Gazetecilik, Spor Haberciliği, Siyaset Haberciliği, Magazin Haberciliği, Kültür Sanat Haberciliği, Sağlık Haberciliği, Bilim Haberciliği, Din Haberciliği ve Çevre Haberciliği adıyla verilen dersler genelde seçmeli derslerdir. İletişim Fakülteleri, bilgisayar teknolojisinin gelişimine ve internet kullanımındaki artışa bağlı olarak İnternet Gazeteciliği, Online Gazetecilik, Web’de Tasarım adlı dersleri de müfredatlarına almakta ve IV. sınıf öğrencilerine bu dersleri vermektedirler.

“İletişim eğitimi devlet ve vakıf üniversitelerinde verildiği gibi, özel eğitim kurumlarında da verilmektedir. Özellikle, iletişim eğitimi veren kuruluşların 1990’ların son yıllarından itibaren sayısı devamlı olarak artış göstermektedir. İstanbul, devlet/vakıf üniversitesi içinde en çok iletişim fakültesine sahip kent olarak başı çekmektedir. Devlet üniversiteleri içerisinde yer alan iletişim fakültelerinin toplam kontenjanı 2148, vakıf üniversitelerindeki iletişim fakültelerinin toplam kontenjanı ise 2840’dır. Bu fakültelerde 20 bin öğrenci istihdam edilmekte, her yıl 5 bine yakın öğrenci mezun olmaktadır.

Ancak mezunların sadece yüzde 10'u eğitim gördüğü alanda çalışma şansı bulunmaktadır”(183). Ne yazık ki iletişim eğitimi görmüş olmanın, medya sektörü içinde çalışma koşullarının düzenlenmesi, insan kaynaklarının etkin ve yetkin bir biçimde kullanılması bakımından belirleyicilik özelliği bulunmamaktadır. İletişim fakültelerinden mezun olanlar, son yıllarda medya sektöründe tekelleşmenin artması nedeniyle, sermaye/medya/teknoloji ilişkileri bağlamında sektörde çalışabilme yönünden pazarlık gücünü kullanamadıkları gibi, çoğu kez mağdur duruma düşmektedirler. Stajyer statüsünde sosyal haklardan yoksun olarak son derece düşük ücretlerle çalıştırılmaktadırlar. Bir zamanlar ziraat fakültesi mezunları için sorulan ‘ne olacak bu mezunların hali?’ sorusu artık iletişim fakültesi mezunları için de sorulmaya başlanmıştır. Ülkemizde insan gücüne yönelik bir planlama olmadığı için kaynak israfı söz konusudur. “Türkiye’de Ziraat Fakültelerinin tümünü birden kapatsak ve mevcut ziraat mühendislerini bir biçimde ölümsüz kılsak, 2075 yılına kadar yeni ziraat fakültesi mezunu vermeksizin ülkemizin ihtiyaçlarını görebiliriz”(184). İletişim fakültesi mezunları da tıpkı ziraat fakültesi mezunları gibi fakülteden aldıkları eğitimle doğrudan ilgisi olmayan kimi alanlarda iş aramakta ve bu da tartışmalara konu olmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere iletişim fakültesi mezunlarının sadece yüzde 10'u eğitimini gördüğü alanda çalışabilmektedir.

Bu tarihsel değerlendirme ışığında ise şu sorular akla gelmektedir. Türkiye’de ve KKTC’de iletişim eğitiminin bu ölçüde yaygınlık kazanmasının ardında ne yatmaktadır? Bu kadar çok sayıda iletişim fakültesine gerek var mı? Nasıl bir eğitim iyi iletişim eğitimidir? İletişim eğitimi verenlerin eğitimi ne durumdadır? Neden medya sektörü iletişim eğitimine tepki vermektedir ve neden bu eğitimi denetlemek istemektedirler? Bu sorular çerçevesinde yapıla gelen tartışmaları, “Doğan Yayın Holding’de Yayın Danışmanı olarak görev yapan

183) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss. 73

184) Ahmet Tolungüç, Yeni Bir Gazetecilik Eğitime Doğru, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss.7

Nuri Çolakoğlu'nun ' İletişim fakültelerinin dört yılda verdiği eğitimi, biz meslek içinde üç aylık seminerle veririz' şeklindeki sözleri yeniden alevlendirmiştir. Diğer sektör yöneticileri de Çolakoğlu'na yakın düşünceler içerisindeyler ve sektörün ihtiyacı olan teknisyen, ara insan gücü kaynağı olarak iletişim fakültelerini görmektedirler. İletişim fakülteleri dekanları, yanıt olarak, Çolakoğlu'nun bu fakülteleri meslek okulları ve meslek kurslarıyla karıştırdığını, dünyanın hiçbir yerinde akademik eğitimin, bir mesleki eğitim olmadığını ifade etmektedirler”(185). Teknisyen düzeyindeki insanlar için ise, az sayıdaki iletişim meslek liseleri ile iletişim, radyo televizyon, matbaacılık meslek yüksek okullarına yönelmeleri gerekmektedir. İletişim fakültelerinde diğer disiplinlerle iç içe geçmiş bir eğitim yapılmaktadır. Her iletişimcinin hukuk, sosyoloji, psikoloji, iktisat, psikoloji, sosyal psikoloji, edebiyat, sanat tarihinden haberdar olması beklenmektedir. Bunun üzerine temel kuramsal bilgiler ve öğrencilerin seçtiği alana yönelik uygulamalar yapılmaktadır. Öğrenciden bu kadar çok konuda derinlemesine bilgi sahibi olmasını beklemek yanlıştır; öğrenciler ilgi alanları doğrultusunda, yoğun çabalar sarf ederek bilgilerini derinleştirebilmektedir. Örneğin, mezun olduktan sonra ekonomi muhabiri olmak isteyen bir öğrenci, özel olarak, ekonomiyle ilgili konulara daha fazla ağırlık vermektedir. Aşağıda da görüleceği gibi, iletişim fakülteleri programlarında bulunan ihtisas gazeteciliğine yönelik dersler de, öğrencinin bu yöndeki çabasını desteklemektedir. Bu noktada öğrencinin, kişisel ilgisi ve çabası son derece önemlidir. Çünkü, sektör yöneticileri, doğrudan ekonomi, siyasal bilgiler, uluslararası ilişkiler eğitimi almış olanları tercih etmekte, medyada istihdam için, bu alanlardan mezun olanların iletişim alanında yüksek lisans ya da doktora yapmış olmaları daha da geçerli bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır ki dünyadaki süreç de bu yönde işlemektedir. Bu bağlamda, iletişim fakülteleri lisans düzeyinde öğrenci sayılarını azaltırken, mevcut yüksek lisans ve doktora programları çeşitlenmeli, kontenjanları arttırılmalıdır.

185) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİRİ Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss. 69- 73

İletişim fakültelerinde belirli alanlarda uzmanlaşmaya yönelik olarak örneğin gazete ve web tasarımı, radyo ve televizyon yayıncılığı, bireyler arası iletişim, haber türleri konusunda, henüz fark edilmemiş birçok özel ilgi ve uzmanlık gerektiren alanlarda dersler konulmaya başlanmıştır. Lisans düzeyindeki bu dersler; zorunlu olmasa da, seçmeli olarak verilmektedir. Ancak ileride yapılması gereken, bir uzmanlık alanı olarak yüksek lisans/doktora düzeyinde bu derslerin seçmeli olarak verilmesi, hatta ve hatta bu başlıklar altında yüksek lisans programlarının açılmasıdır. Örneğin “ABD’de sağlık haberciliği üzerine açılmış bir yüksek lisans programından öğrenciler yüksek lisans diploması alabilmekteler. Bizde de benzer şekilde, örneğin bir ekonomi haberciliği yüksek lisans programı açılabilir. Daha başka alanlarda yüksek lisans programları açılabilir ve burada doğrudan bir konu üzerinde uzmanlaşmaya dönük dersler ve çalışmalar ortaya konulabilir”(186).

Anlaşılabacağı üzere iletişim eğitimi, dünyanın her yerinde bir sosyal bilimler eğitimidir. Pek çok disiplin, iletişimin ortak paydasında buluşturulmaktadır. Ertuğrul Özkök de iletişim biliminin ayrı bir disiplinden çok multidisipliner bir görünüm arz ettiğine dikkat çekmektedir. “Eğer bir insanbilimcisi olan Levi- Strauss’un, bir toplumbilimci olan D. Riesman’ın, bir siyaset bilimcisi H. Marcuse’nin, bir dilbilimci olan F. Saussure’nin iletişim olgusunun anlaşılmasına katkıda bulunduğunu kabul ediyorsak, bu yeni bilim dalının çok disiplinli özelliğini de kabul etmek zorundayız”(187). Dolayısıyla iletişim biliminin tanımı, yani multidisipliner olma özelliğine paralel olarak verilen eğitim de böyle bir görünüm arz etmelidir. Ayrıca iletişim fakülteleri, mesleki bilgi ve becerilerle donanmış insanlar yetiştirmeyi hedeflemekten ziyade, çevrelerini ve dünyayı doğru algılayabilen, etrafında olup bitenleri doğru

186) Fethullah Kaya, İletişim Fakülteleri Gereksiz mi? Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006, ss. 69- 73

187) www.insankaynaklari.com/CN/Index004.asp?SectionID=103&ShowAbs, Erişim: 14.04.2005, Suat Gezgin, Medyada Eğitim: Ne, nerede?

değerlendiren ve edinimleriyle tüm bunları kamuya doğru aktarabilen öğrenciler yetiştirmeyi amaçlamaktadırlar.

Öğretim olanakları Türkiye’de yoğun finansal desteğe gereksinim duymaktadır. Özellikle uygulama birimlerinin oluşturulması ve bu birimlerin aktif çalışması çok ciddi finansal desteği zorunlu kılmaktadır. Diğer yandan öğretim elemanlarının akademik gelişimi anlamında mevcut fiziksel ve finansal koşulların arzu edilen düzeyde olmadığı bilinmektedir. Türk yükseköğreniminin genel sorunları çerçevesinde iletişim fakülteleri de uygulama boyutuyla bu sorunları çok daha yoğun biçimde yaşamaktadır. Birçok üniversitemiz ilgi çektiği için iletişim fakültesi açma gayreti içine girmiştir. Bugün için sektörün bu genişlikte bir mezun sayısına yanıt verecek düzeyde olmadığı görülmektedir. Öte yandan fakülte sayısının fazlalığı sınırlı öğretim üyesi açısından da sıkıntılar yaratmaktadır. “Türkiye’deki iletişim fakültelerinin örnek teşkil eden bir uygulaması ‘Dekanlar Toplantısı’dır. Yılın belli dönemlerinde bir araya gelen dekanlar ortak kararlar alarak, eşgüdüm içerisinde hareket etmektedir. Gereksinimleri konusunda birbirine yardımcı olarak, çok geniş bir işbirliğinin içerisine girmişlerdir”(188).

İletişim fakültelerinin sayı olarak fazlalığı, her yıl beş bine yakın mezun vermeleri ve bu mezunların çok büyük bir kısmının aldığı eğitime uygun bir iş bulamamaları, bulanların ise sosyal haklardan yoksun olarak çok düşük ücretlerle çalışmak zorunda kalmaları yadsınamaz bir gerçektir. İletişim fakültelerinde eksiklikler olmakla birlikte, kendilerine ‘kamu yararı’ öğretilen iletişim fakültesi mezunlarına da medya hazır değildir. Medya sektöründe teknolojiye yatırım yapılırken, teknoloji kullanabilen iletişim eğitimi görmüş insan gücü (fikir işçileri) üzerinde(nitelikli kişileri işe alma, hizmet içi eğitim yapılması, ödüllendirme vb) yatırım yapılmamaktadır. Son 30 yıldır teknolojiye yatırım, insan gücüne yatırıma tercih edilmektedir.

188) <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php?tm=3&sahypa=habaroka&haberno=673>,
Erişim:01.04.2006

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BİR UZMANLIK ALANI OLARAK KÜLTÜR SANAT HABERCİLİĞİ

Kültür sanat muhabirliği, toplumların kültür ve sanat dahilinde gerçekleştirdiği her türlü etkinliğin haber olarak okurlara/izleyicilere sunulduğu uzmanlık alanıdır. Toplumun, toplumsal bir altyapı birimi olarak medyanın gelişmişlik düzeyi ve kültürel, sanatsal faaliyetlere gösterdiği ilgiyle, kültür sanat haberciliğinin gelişimi arasında doğru orantı vardır.

A. KAVRAM OLARAK KÜLTÜR VE SANAT

Çok geniş kapsamlı olan kültür kavramının çeşitli tanımları bulunmaktadır ve hiçbir zaman sade ve net bir tanıma ulaşamamıştır. Kültür, başlı başına geniş bir inceleme ve araştırma konusudur. Her duruma ve koşula uygunluk gösterecek şekilde, her zaman tek ve belli bir anlam ifade eden bir kültür tanımı formüle etmek mümkün olamamıştır. “Çok sayıda değerle yüklü bulunan kültür terimi yazarlara göre farklı anlamlar taşımakta ve 250’den fazla tanımı sayılabilmektedir. Zamana, yere ve ele alınan toplum tipine göre değişen bir kapsamı bulunan kültür kaba hatlarıyla, bizzat insanoğlu tarafından yaratılan, içerisinde insanın yaşadığı yapay ortamın, insanların zihninde bıraktığı izlere”(189) işaret etmektedir

Kültür, nerede ve hangi amaçla kullanılıyor olursa olsun daima bir belirsizlik içermiştir. Kültürün tanımlanmasındaki temel güçlüklerden biri, aynı anda birden çok şeyi(olgu, yapı, durum vs.) tanımlama gayretinden kaynaklanmaktadır. Ancak kültür dendiğinde ilk akla gelen, insan ve

189) Abraham A. Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, çev: Nuri Bilgin, E.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 21, İzmir, 1983, ss.7

yaşamındaki belli bir oluşum, belli bir yandır. Bu yan ise, sanatta ve insan davranışında ince ve güzel olana indirgenmekte; dolayısıyla kültür sanat, kendi içinde bağımsız tiyatro, resim sanatı, mimarlık vs. gibi alanlar içine hapsedilmektedir. Oysa kültürü toplumsal yaşamın sanat ya da edebiyat gibi belli bir alanına sıkıştırmamak gerekmektedir. Kültürün içinde, nitelik kadar nicelik; doğal kadar yapay, birey kadar onu kuşatan dünya yer almaktadır. Sosyolojiden psikolojiye, tarihten eğitime, dilbilimden iletişime kadar çok disiplinli bilimsel bir uğraş olan kültür sadece var oluşu betimlemektedir. “İnsanın insan olma gayretindeki kristalleşme, kültür olarak tanımlanabilir. Soylu ve asil olanın onanması ve yüceltilmesinden öte bir anlama gelmeyen bu kavrayış zamanla kültürdeki hiyerarşik tanımlamayı derinleştirerek alt-üst ayrımını doğurmuştur. Yani, her çağın egemenlik ve iktidar konusundaki inanış ve anlayışları o çağın kültüre atfettiği yargılarını pekiştirmektedir. Böylesi bir yaklaşım günümüzde daha global parçalanmaları hem haklılaştırmakta hem de karşı konulmaz kılmaktadır” (190). Alt- üst kültür ayrımının yanı sıra, kültür, oluş yerinin ve yapılış biçiminin özelliklerine göre, ulusal, siyasal, ekonomik, sosyal, eğlence, dinlenme, aristokrat, işçi sınıfı, gençlik, müzik, sanat, aile, köy, kent, başkaldırı, arkadaşlık, yemek, çevre ve teknolojik kültür gibi çeşitli adlar altında incelenebilmektedir.

İnsanoğlu var olduğu günden itibaren meydana getirdiği insana ve onun yaşam tarzına ilişkin oluşumlar içindedir ve kültür o maddi ve manevi oluşumların kendisidir. Kültürün kelime anlamı araştırıldığında sözcüğün ‘Cultura’ dan geldiği görülmektedir. Latince’de colere sürmek, ekip-biçmek; cultura ise Türkçe’deki ekin karşılığında kullanılmaktaydı. Cultura sözcüğü 17. yüzyıla kadar Fransızca’ da aynı anlamda kullanılmıştır.

Türkçe’ye Fransızca’dan geçen Latince kökenli bu sözcüğü “Voltaire, insan zekasının (esprit) oluşumu ve gelişimini belirleyen bir terim olarak, Almanlar, uygarlık ve kültürel evrim karşılığında kullanmışlardır. Ancak, 19.

190) Sadık Güneş, Medya ve Kültür, Vadi Yayınları, Ankara, 1996, ss.20-28

yüzyılın ikinci yarısı ile 20. yüzyılın ilk çeyreğinde Fransızlar ve İngilizler, uygarlık sözcüğünü kültüre tercih etmişlerdi. Marx kültür kavramının değilse bile, kültürel içeriğin son derece kapsamlı bir tanımını vermiştir: “Kültür ya da uygarlık, insanın bir toplumun üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, gelenek ve göreneklerle her türlü beceri ve alışkanlıklarını içeren karmaşık bir bütündür”(191) diyerek, “Doğanın yarattıklarına karşılık insanoğlunun yarattığı her şey”(192) şeklinde tanımlamaktadır.

“Herder ise ilk kez ‘kültür’ terimini ‘uygarlık’ kavramının tekil ya da şimdi çizgisel dediğimiz anlamlarından bilinçli bir şekilde ayırt ederek, anlamlı çoğul halinde, ‘kültürler’ olarak kullanmıştır”(193).

“Kültür insanın toplumsal yaşamının her alanındaki kendisi ve kendisine ait olanın (veya olduğunu sandığı) ifadesidir, çünkü kültür, insanın kendi yaşamını, geçmişten gelen deneyimler ve birikimlerle ve kendi yarattıklarıyla nasıl ürettiğini anlatır”(194).

Anthony Giddens kültürü, “belirli bir grubun üyelerinin sahip oldukları değerler, izledikleri normlar ve yarattıkları maddi ürünler” biçiminde tanımlamıştır. Giddens, daha da ileri giderek, toplum kavramıyla kültür kavramı arasındaki çok yakın ilişkiye de işaret eder ve ikisi arasındaki ayrıma ‘toplum’ kavramına gönderme yaparak dikkat çeker: “Toplum, ortak bir kültürü paylaşan bireyleri bir arada tutan karşılıklı ilişkiler sistemidir. Toplum olmadan hiçbir kültür

191) http://www.historicalsense.com/Archive/Fener64_1.htm, Erişim:05.08.2003, Uygarlık, Kültür ve İnsanlık

192) Bozkurt Güvenç, İnsan ve Kültür, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1994, ss.96

193) Raymond Williams, Kültür, çev: Ertuğrul Başer, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993, ss. 9

194) İrfan Erdoğan, Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele, Popüler Kültür ve İktidar, der: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 1999, ss.19

var olmaz. Ama aynı şekilde kültür olmadan hiçbir toplum da var olamaz”(195).

Kültür kavramı bireyin toplumsal yaşamındaki her alanında farklı anlamlar yüklenerek tanımlanmaktadır. Bu alanlarda yapılan tanımlamaların hepsi kültür kavramını açıklamaktadır. İngiliz Antropoloğu Tylor, 1871’de kültüre bilimsel bir içerik kazandırınca da önemi gittikçe artan bir kavrama ve aynı zamanda bir uğraş alanına dönüşmüştür. Tylor tarafından yapılan ve kültür kuram ve bilimiyle uğraşanlara yol gösteren tanım ise şöyledir: “Kültür ya da uygarlık, bir toplumun üyesi olarak, insanoğlunun öğrendiği (kazandığı) bilgi, sanat, gelenek-görenek ve benzeri alışkanlıklar içine alan karmaşık bir bütündür”(196). Bu tanımda, insanoğlunun daha nitelikli sanat, bilgi, yetenek gibi özelliklerine yer verilmiştir. Kültürlü olmak çoğu zaman bilgili olmakla eş anlamda kullanılmaktadır.

İnsan toplulukları her yerde, her zaman, bir araya geliş neden ve biçimine göre kendine özgü bir kültür yaratmışlardır. Kültür insanoğlunun aklıyla, yeteneğiyle, irade ve inisiyatifiyle meydana getirdiği, yaşama dair her türlü oluşumu kapsamaktadır.

Yaşam biçimi, mevcut bilgi birikimi ve bu birikimine katkı sağlayacak, insanın estetik beğenilerine hitap edecek, yeni bir bakış açısı sunarak düşünmeye sevk edecek her türlü oluşum, ‘kültür’ adı altında ve günlük yaşamda yer almaktadır.

Albert Schweitzer’ a göre kültür “Bireyin kendini gerçekleştirmesine ve bizzat gelişmenin gelişimine katkıda bulundukları ölçüde, tüm alanlarda ve her

195) Knut Lundby- Helge Ronning, Medya- Kültür- İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması, Medya, Kültür, Siyaset, der. S. İrvan, Ark Yayınları, İstanbul, ss. 14

196) Bozkurt Güvenç, Kültürün ABC’si, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997, ss.55

bakımdan, insan ve insanlığın ortaya koyduğu ilerlemelerin bütünüdür”(197).

Son derece karmaşık olan kültür teriminin tarihini ve kullanılışını ele alan Kroeber ve Kluckhohn (1952) ile Williams’a (1958 ve 1976) göre, başlangıçta bir sürecin adı olan kültür- ürün kültürü (yetiştirme) veya hayvan kültürü (besleme ve yetiştirme), daha sonra genişleyerek, insanın zihninin kültürü (aktif geliştirme), 18. yüzyıl sonlarında özellikle Almanya ve İngiltere’de, belirli bir halkın genel hayat tarzını oluşturan ruhsal bir yapılanmaya ya da genelleşmiş bir ruh durumuna verilen ad haline gelmiştir. Zihnin aktif geliştirilmesi anlamında kullanılan kültürde daha genel bir düzeyde, güçlü bir değişim söz konusudur. Bu değişim şöyle sıralanmaktadır: “Gelişmiş bir zihin durumu kültür adamı ve kültürlü adamda olduğu gibi, bu duruma varma süreçleri- ‘kültürel ilgiler’ ve ‘kültürel faaliyetler’ de olduğu gibi, bu ‘süreçlerin araçları’- ‘sanatlar’ ve ‘insani entelektüel etkinlikler’ anlamında kültürde olduğu gibi. Günümüzde bunlardan üçü de kullanılmasına rağmen en yaygın olanı ‘sanatlar’ ve ‘insani entelektüel etkinlikler’dir ”(198).

Tüm bu tanımlar çerçevesinde, “Kültür sözcüğünün dört ayrı anlamda kullanıldığı görülmektedir: 1-Bilim alanında kültür: uygarlıktır, 2-Beşeri alandaki kültür: eğitim sürecinin ürünüdür, 3-Estetik alandaki kültür: güzel sanatlardır, 4-Maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda kültür: üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirmedir”(199).

Kültürel mesajlar, yaratıcıdan tüketiciye yani bireyin zihninde yerleşmesine kadar toplumda belli bir yol izler. “Mesajlar belli kültürel kanallardan geçer. Bunlar:

197) Abraham A. Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, çev: Nuri Bilgin, E.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 21, İzmir, 1983, ss.17

198) Raymond Williams, Kültür, çev: Ertuğrul Başer, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993, ss. 9- 10

199) Milliyet Büyük Ansiklopedi, Cilt No: 13, ss. 4825

- 1) Resim ve resim sanatı
- 2) Edebiyatı ve şiiri yöneten sembolik sistem ya da basım kanalı
- 3) Kitap ve bilimsel periyodiklerle buna paralel olarak da yetişkin eğitimiyle çevrelenen bilgiler ve bilimler kanalı
- 4) Kültürel mesaj tipi olarak dil kanalı
- 5) Mim, tiyatro, sinema gibi seyir sanatları kanalı
- 6) Doğrudan, radyo ve kayıt yollarıyla, üç temel biçimde görülen müzik kanalı”(200).

Her kültür ilkin özgücüyle, özünde barındırdığı gizil güçle birleşerek sürekli hale gelmektedir. Bununla birlikte, tek bir kültür özünü tümüyle kültürden soyutlayarak gelişemez. Bu nedenle kültür, gelişmesini sürdürebilmek için, diğer kültürlerin kazanımlarından yararlanır.

Günümüzde kültür denince insanoğlunun elitleşmiş, üst düzey entelektüel özellikleri doğrultusunda ürettikleri akla gelmektedir ki bunlardan en önemlisi sanattır. Bir sanat etkinliği düzenlendiğinde bir kültür faaliyeti gerçekleşmiş olmaktadır. Bu yüzden bu iki kavram çoğu zaman toplumda özdeşleştirilmekte ve ‘kültür sanat’ olarak deyimleşerek bir arada kullanılmaktadır.

Toplumsal hayatta geniş ve etkin bir alan olarak karşımıza çıkan sanat, kültürel yapının tam anlamıyla bir yansımasını sunar. Ait olduğu dönemin ve toplumun karakteristiğini ifade eden sanat, o kültüre ait derinlikli okumalar yapılabilmesine hizmet eden bir üst yapı alanıdır. Tıpkı kültür gibi bir tek bir tanımını yapılması oldukça güçtür. Bu tanım toplumdan topluma, dönemden döneme değişebilmektedir. Genel anlamına değinilecek olursa sanat, bir amaca ulaşmak, bir duygu ya da düşünceyi ortaya koymak için, çeşitli yöntemler

200) Abraham A. Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, çev: Nuri Bilgin, E.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 21, İzmir, 1983, ss.151-152

uygulanarak erişilen insan yaratıcılığı olarak tanımlanabilir. Sanat, insanlık tarihinin her döneminde var olan bir olgudur. İnsanlığın geçirdiği evrimler yaşama biçimlerini, yaşama bakışlarını, sanat biçimlerini ve sanata bakışlarını değiştirmiş, her dönemde ve her toplumda, sanat farklı görünümelerde ortaya çıkmıştır. “Tolstoy, sanatın ortaya çıkışına ilişkin olarak, ‘insanın bir zamanlar yaşamış olduğu duyguyu, kendinde canlandırdıktan sonra, aynı duyguyu başkalarının da hissedebilmesi için, hareket, ses, çizgi, renk veya kelimelerle ifade etme ihtiyacından ortaya çıkmıştır’ demektedir. Ünlü empresyonist ressam Manet sanatın, ‘yaşanan tüm dönemlere, kalıcı tek biçimi veren kavram’ olduğunu ileri sürer. Albrecht Dürer de ‘sanatın doğanın gizlerinde bulunduğunu belirtir ve sanatçının onu gizlerin arasından çıkartıp izleyiciye sunan insan olduğunu’ söylemektedir. Dostoyevski ise ‘Evreni kurtaracak güzelliştir’ diyerek güzelliğin insan ve toplum hayatında, insanlığın kurtuluşunda oynayacağı role işaret etmektedir”(201).

“Aslında kültürün+müzün içerisinde taşıdığımız inanç, değer, örf ve adetlere dayalı bütün düşünce sistemlerinin sanatsal faaliyetlerle yönlendirilmesi ve yönetilmesi kaçınılmazdır” (202).

Zira yine Suavi Tuncay’ın belirttiği gibi, “Öğrenilen davranışlardan oluşan kültür, topluma yeni katılan her üye tarafından öğrenilerek sürdürülür ve bunlar duygu ve düşünce yüklüdür. Maddi ve manevi öğelere sahip olan kültürün, teknolojiye yönelik üretim, teknik beceri ve yetenekler maddi öğesini; değer, inanç, yasa, gelenek, görenek ve ahlak kuralları da manevi öğeyi oluşturur. Şu halde kültür duygu ve düşüncelerimizi, sanatsal algılama yeteneklerimizi de kapsamaktadır”(203)

201) <http://www.resimsanati.com/web/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=5>, Erişim:

26.08.2006, Hüseyin Elmas, Resim Sanatı Bağlamında; Sanatçı- Sanat Eseri ve İzleyici Üçgeni Üzerine

202) Suavi Tuncay, Sanat, Kültür ve İletişimin Sosyal Dokunun Oluşumuna Katkısı, Türk Dünyası Araştırmaları, Sayı:124, Şubat 2000/01, İstanbul, ss.211

203) a.g.m., ss.213

Bu bağlamda “Bir ülkenin uluslararası düzeyde söz sahibi olabilmesi, aynı zamanda kültürel ve sanatsal çalışmalarına da bağlıdır” (204).

Kültür ve sanatla ilgili “ İletişim ve etkileşimde dil sistemimiz içerisinde geliştirilen ve dil yapımızı güçlendiren semboller, dilimizin kavramsallaştırdığı kelimelerdir. Bu yönüyle semboller farklı algılanıyor ise, o toplumda kavram kargaşası ve çatışma vardır”(205). Sanat da böyledir. Sanat eserlerinin biçim ve boyutunu sorgulamak yerine toplumun sanat üretimini içselleştirmesi gerekmektedir.

Diğer yandan sanat, duygusal zekayı kullanmasını bilen özgür insanın yeteneklerini yalnızca fayda sağlamaya yönelik amaçlarla değil, öncelikle kendini bulması, kendi gerçeğini keşfetmesi, sonrasında evrenin sırlarına erişebilmesi için, heyecanlarını doyurmak ve başkalarına duyurmak adına estetik kaygılar güderek kullanması ve değerlendirmesi olarak tanımlanabilir. Sanatın, insanlık tarihinin her döneminde var olan bir olgu olduğu gerçeğine daha önce değinilmişti. Bununla birlikte tarihsel süreç içerisinde insanlığın ve kültürel yapının mesajlarının da kodlanarak günümüze kadar aktarılmasına da hizmet ettiği gerçeği de yadsınamaz. Bu bağlamda sanat yapıtında herhangi bir nesne belirli anlamda ve belirli durumda simge olabileceği gibi, bir başka nesne de bazı dönemlerde bir sanat yapıtı olarak karşımıza çıkabilmektedir. Örneğin bir taş parçası yol kenarında durduğu sürece sanat yapıtı değilken bir sanat müzesinde özelliklerinden bazılarını göstermek amacıyla, mesela biçim, renk, doku vb. sunulduğunda sanat eseri olarak algılanabilmektedir. Ancak düzeyi ve estetik anlayışları gelişmiş olan toplum ve kişiler, estetik kaygılar güden sanatçının ortaya koyduğu sanat eseriyle, kişisel tutkularını gerçekleştirmekten ziyade belli bir amaçla, bir şeyler anlatma, gösterme isteğini kavrayabilmektedir. Görsel ya da

204) Suavi Tuncay, Sanat, Kültür ve İletişimin Sosyal Dokunun Oluşumuna Katkısı, Türk Dünyası Araştırmaları, Sayı:124, Şubat 2000/01, İstanbul, ss. 210

205) a.g.m., ss.213

dokunsal olmaktan çok, zihinsel bir imge yaratmayı amaçlayan kavramsal sanat, alışlagelmiş geleneksel malzeme ve teknikleri kullanmak yerine, sanatsal etkiyi formüller, video bantları, konuşmalar vs. ile elde etmeyi amaçlamaktadır. Günümüz çağdaş sanat eserlerini anlayabilmek için bu yeteneğin toplumsal dokuda kazanılmış olması gerekmektedir.

Sanat kültürün bir parçasıdır ve insan üretiminin çeşitli biçim, düzey ve kurallar doğrultusunda elitleşmiş halidir. Ancak insan üretiminin elitleşmiş halinden söz ederken, sanat-zanaat ayrımına dikkat etmekte fayda vardır. Türkçe'deki 'sanat' kelimesi, kapsamı bakımından, pek çok oluş ve nesnelere, yani hayata ilişkin durumu içine almaktadır ve etimolojik olarak Osmanlıca'ya dayanmaktadır. Osmanlıca'nın kelime ve gramer yönünden etki kaynakları olan Arapça ve Farsça'da, sanat kavramını ifade etmek için kullanılan durumu oldukça farklıdır. Sanat kelimesi Arapça'da amel, iş yapma anlamlarını veren 'san'a' kökünden gelmektedir ve yapılan iş, alet yardımıyla, belirli bir el becerisiyle sürdürülen meslek dallarını kapsamaktadır. Görüldüğü gibi bu kelime Arapça'da, insanın akıl ve zekasını kullanarak yaptığı işlere işaret etmektedir

Bugünkü Türkçe' de kullandığımız sanat' kelimesi, Osmanlıca' da bir değişiklik geçirmiş, yeni kazandığı anlam ve içerikle birlikte benimsenmiştir. “ Sanat, ressamların, heykeltıraşlarınkiler gibi gemi yapımcılarının, marangozların ve berberlerin işlerinde de ayırım gösterilmeden kullanılan bir terimdir. Ressamlığı, heykeltıraşlığı ve mimariyi, bugün 'zanaat' olarak adlandırdığımız becerilerden ayırmak için; Güzel Sanatlar kavramının yaratılması çok daha sonradır”(206).

Daha açık bir ifadeyle “Sanat, bazı düşüncelerin, amaçların, durumların ya da olayların, beceri ve düş gücü kullanılarak ifade edilmesine ya da başkalarına

206) Haz: Umberto Eco, *Güzelliğin Tarihi*, çev: Ali Cevdet Akkoyunlu, Doğan Kitapçılık, İstanbul, 2006, ss.10

iletilmesine yönelik yaratıcı insan etkinliğidir. Sanat ürünlerinin doğal nesnelerden farkı, sanatın niteliğini de ortaya koyar. Doğal süreçler sonucu ortaya çıkan nesneler (örn. Kristaller, sarkıt ve dikitler, arı peteği, örümcek ağı gibi oluşumlar) bir anlamda güzel sayılsa da, sanat yapıtı olarak kabul edilmez; çünkü sanatın asıl özelliği, belirli bir nesne üretmeyi amaçlayan bir etkinlik olmasıdır” (207).

Bugün Türkçe'de iyi yapılan her iş için ‘sanat’ kelimesinden yararlanıp; ‘askerlik sanatı’, ‘güzel konuşma sanatı’ gibi kalıplar kullanılmaktadır. O halde, yapılan bir iş veya hareketin, güzel, gelişmiş ve etkileyici bir biçimde görünmesi; onu bir sanat olarak tanımlamamıza sebep olmaktadır. İnsanoğlu yaptığı işi yüceltebildikçe ve ona bir parıltı katabildikçe, sanat olgusuna biraz yaklaşabilmiş sayılmaktadır ki sanat tanımlarından biri de, ‘İnsan aklının eşya üzerindeki pırıltısı’dır. Halk arasında ‘sanat’ kelimesi; ‘insanların ihtiyaçlarından birisinin karşılanması konusunda öğretilen ve yapılan iş’ anlamında kullanıldığı gibi; ‘ustalık, hüner, marifet’ anlamında; ‘genellikle bu işte sanat vardır; kolay değil o da bir sanattır’ şeklinde de kullanıldığı görülmektedir.

Sanat günlük hayattaki kullanımlarının dışında, aynı zamanda; “İnsanların, tabiat karşısındaki duygu ve düşüncelerini çizgi, renk, biçim, ses, söz ve ritm gibi unsurlarla güzel ve etkili bir biçimde ve kişisel bir üslupla ifade etme çabasından doğan ruhsal bir faaliyettir.

Demek ki “İnsan, toplum, din ve tabiat kuralları ile sürekli bir savaş halindeyken, yine de bunlarsız yaşayamaz. Sanat, bu çatışma ve uyuşma dinamiğinin merkezindeki sanatçının etki ve tepkilerinden oluşan akılsal, ve duygusal birikimlerinin bir eyleme dönüştürülmesidir. İçinde yaşadığı sosyal bilimsel ve kültürel çevreyi idrak eden, gözlemleyen ve kendi varlığında

207) <http://www.fotografya.gen.tr/issue-2/deneme.html>, Erişim:05.08.2003, Sanat ve Sanatçı Üzerine Bir Deneme

bütünleştiren kişi, eğer yoğun bir duyarlılık, sezgi, düşünce tasavvuru ve kendini, hayatı ve dünyayı yeniden yorumlama tutkusu içindeyse bu gerilimini yetenek, kültür ve alan bilgisiyle yoğurarak bir eser biçiminde dışa vuran kişi sanatçıdır. Sanat eseri ise, orijini tek, nitelikli ve zamanla değerinden bir şey kaybetmeyen, tabiat, din ve matematik ilimlerinden de yararlanarak yine bir insan olan sanatçının kendisiyle oluşur”(208).

Suavi Tuncay'ın belirttiği gibi bugün sanatın "duygusal ve düşünsel etkileme gücü"ne sahip oluşu daha belirleyicidir. Bu yöndeki anlayışa değinen Thomas Munro'ya göre de; "sanat doyurucu estetik yaşantılar oluşturmak amacıyla dürtüler yaratma becerisidir”(209). Sanat, güzel ile uğraşır. Güzel göreceli bir kavramdır. Kendi içinde tutarlı bir bütünlüğü taşıyan şey çirkin, acı verici, iğrendirici bile olsa estetik açıdan güzel olarak kategorize edilebilir. Sanat, nesnel ve öznel yaklaşımlara göre farklı açıklanır. Nesnel yaklaşımda sanat, toplumsal etkilerle, öznel yaklaşımda ise salt bir bireysellik yaratılır. Her iki yaklaşım sanatın içeriği ve amacı yönünde tartışmaya neden olmaktadır.

Örneğin, Kant'a göre; “sanatın kendi dışında, hiçbir amacı yoktur. Onun tek amacı kendisidir. Güzel Sanatı ancak deha yaratabilir. Hegel'e göre; sanattaki güzellik doğadaki güzellikten üstündür. Sanat, insan aklının ürünüdür. Kendisine doğanın taklidinden başka amaç bulmalıdır. Marks'a göre; yaratıcı eylem, insanın ve doğanın karşılıklı etkileşiminin bir aşamasıdır. Bu, toplumsal bir karakter taşır. Sanat, yaşamı insanileştiren bir olgudur. Araştırmacı, yaratıcı, çok yönlü tümel insana ulaşma çabası içinde sanatlar gelişebilir. B. Croce ise; güzelliğin yerine anlatımı öne çıkarır. Sanat, sezginin ve anlatımın birliğidir. Bireysel ve teorik bir etkinliktir. Doğa, sanatçının yorumu ile güzel olabilir” (210).

208) <http://www.bunyaminkara.com/sanat.htm>, Erişim:06.08.2003, Sanat Nedir?

209) <http://www.fotografya.gen.tr/issue-6/sanat.html>, Erişim:11.06.2006, Fotoğrafya, Sayı 6, Serap Etike, Sanat Nedir?

210) a.g.k.

“Oxford Üniversitesi'nden Prof. John Carey, İngiltere'de yayımlanan 'What Good Are the Arts?' (Sanat Ne İşe Yarar?) adlı kitabında sanatı, "Herhangi biri bir şeyin sanat olduğunu söylüyorsa o sanattır" şeklinde tanımlamakta ve yüksek sanat -popüler sanat ayrımı yapmamaktadır. Prof. İhsan Derman ise, herhangi bir şeyin sanat olup olmadığını tespit etmenin kimsenin harcı olmadığını ileri sürerek "Tartışmanın kritik noktası, bir şeyin ne kadar 'iyi' sanat olup olmadığını ölçmek olabilir ki, bu da yüksek/popüler sanat gibi ayrımlar yapmaktır. Bu tip ayrımların sanatta var olması mümkün değildir."demektedir. İngiliz sanat eleştirmeni Matthew Collings ise böyle bir ayrımın varlığına işaret ederek, 'yüksek sanat'ın tartışmasız üstünlüğüne inanmaktadır ve "Yüksek sanat popüler sanattan daha mı değerlidir? Elbette öyledir, onun için ona 'yüksek' sanat deriz zaten. Altın da sudan daha değerlidir, çünkü daha az bulunan bir şeydir. Nadir olan şey daha değerlidir" demektedir. Prof. Hüsamettin Koçan ise, sanatın bir tartışma, karşı çıkış, insanın ifade alanını genişletebilmek için açılmış en eski, en sürekli, en şiddetli başkaldırı olduğuna işaret etmektedir. Sanat, gerçeğin çirkin olan tüm yanlarına katlanmamızı sağlayarak, dünyayı yaşanır kılmaktadır. Jeanette Winterson sanatın bu işlevini şu şekilde ifade etmektedir: "Sanat bizi daha iyi insan yapar, çünkü bize alternatif bir değerler sistemi sunar. Kapitalizme karşıdır. Sanatı Hong Kong'dan ucuza satın alamazsınız, laboratuvar ortamında ya da hormonlusunu yetiştiremezsiniz. Bir 'deadline'ı (son tarihi) yoktur ve bankaya yatırılmaz”(211).

M. Nedoncelle, sanat eserlerini sınıflandırmak için kullanılan klasik sınıflandırmayı- ki bu sınıflandırmada plastik ve görsel sanatlar; ritmik, fonetik sanatlar ve yedinci sanat olarak sinema- tanımlamıştır. “M. Nedoncelle’ nin sistemine göre; spor (beden eğitimi, ritmik jimnastik), dans ve bale dokunsal-kassal (tacto-musculaire); mimarlık, heykeltıraşlık ve resim görsel (les arts de la vue) müzik ve şiir işitsel (les larts de l’ou) sanat gruplarını oluşturmaktadır.

211) <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=160204>, Erişim: 31.07.2005

Sinema ve tiyatro görsel-işitsel sanatlar sentezi (les arts de aynthese visual et auditive) olmaktadır. Çeşni ve damak tadı niteliğindeki mutfak ve yemek işleri de, bu sınıflandırmada, tat alma ögesi olarak yer alabilmektedir”(212). Günümüzde “görmenin yeni şekli” olarak tanımlanan fotoğrafın plastik sanatlar arasındaki en genç dal olduğu söylenmektedir. Ayrıca seramik, grafik, karikatür, süsleme sanatları(taş ve ağaç işçiliği, cam işçiliği, deri işçiliği, yazmacılık), geleneksel Türk el sanatları (çinicilik, hat, tezhip, minyatür) de plastik ve görsel sanatlara dahil edilmektedir.

Toplumsal yapılarda meydana gelen değişmeler, kent yaşamının oluşturduğu yeni yaşam tarzları sanatta da yeni bir biçim arayışına dolayısıyla gelişmelere yol açmıştır. Bugün post modern görüş doğrultusunda yeni ve değişik yapıtlar, hiç bir sınıflandırma ve isim altında değerlendirilemeyen bazı yeni formlar sanat olarak kabul edilebilmekte, en azından sanat olup olmadığı tartışılmaktadır.

Kültür ve sanat toplumların gelişmişlik düzeyinde büyük önem taşımaktadır. İnsanı insan yapan sanata, sanat eğitime, sanat eserlerinin korunmasına, sanatçıların yetişmesine ve desteklenmesine, kültürel aktivitelerin devamlılığını sağlamaya özen gösterildiği, kültürel politikalarını oluşturarak kültüre ciddi bir bütçe ayıran devletler, toplumlar uluslararası platformda da saygınlık görmektedirler. Toplumlar geliştikçe, ilkel benliklerini tatmin eden faaliyetlere daha az, entelektüel beğeniyi tatmin eden faaliyetlere daha çok zaman ayırmaktadırlar.

Sağlam ve köklü bir kültürel altyapıya sahip olmasına rağmen, köklerinden uzaklaşan, kimliğini koruyamayarak ‘arabesk’ bir kültür yaratan Türkiye toplumu, kendi kendine yetemeyen, öz güvenini kaybetmiş bir toplum haline gelmiştir. Başta kültür politikaları olmak üzere, buna zemin hazırlayan

212) Cahid Kınay, Sanat Tarihi, Kültür Bakanlığı Yayınları/1443, Ankara, 1993, ss.1

ekonomi politikaları, dış politikalar ve nihayet 1980 sonrası oluşan yeni dönem, maddi değerlere verilen önemi arttırmış, kültür ve sanata verilen değer alt sıralara düşmüş, kolay tüketilen ve eğlendirmekten başka hiç bir entelektüel beğeni düzeyine hitap etmeyen, özel yaşamlara aşırı ilgi gösterildiği bir magazin anlayışı tercih edilir olmuştur. Kültür sanattan uzaklaşan basın, okuruna gazeteyi satın alması için tencere tavadan elektronik eşyaya kadar olan pek çok ürünü işaret etmiştir. Her alanda kalkınmayı sağlayacak önemli ögesi itici gücü kuşkusuz insanda saklıdır. Bireyin iç zenginleşmesi sağlanmadan toplam yaşam kalitesinin iyileşmesi beklenemez. Bu zenginleşme, doğrudan kültürel koşulların iyileştirilmesine ve insanın, manevi değerleri biçimleyen en önemli etkenlerden biri olan sanatla ilişkilendirilmesine bağlıdır ve bu bireyler nitelikli bir toplumu oluşturacaklar ve bu potansiyel de beraberinde, uzun vadede ekonomik kalkınmaya katkı sağlayacaktır. Ancak toplum ilgisi, kitle iletişim araçlarının da sayesinde ‘gereksiz’ alanlara kaydıkcı, kişilerin entelektüel kapasiteleri zorlanarak üst basamaklara çıkartılmadıkça, toplumu oluşturan bireylerin bilinç ve duyarlılıkları körelmektedir.

Sanat eserleri insanlarımız için hem bildik, hem de yabancısıdır. Günlük hayatta, televizyonda izlediğimiz filimler, okuduğumuz kitaplar, sokakta karşılaştığımız bir kısım mimari yapılar bunların her biri sanatçı tarafından ortaya konmuş sanat eserleridir. Bir kısmımız, resim sergileri müzeleri gezerek, tiyatro oyunları izleyerek vs. sanat ve sanat eseri ile okul yıllarında yakından tanışma fırsatı bulmamıza rağmen toplum olarak, sanat eseri ve sanatçıyı algılayamayız sürdürmekteyiz. Hele bu birde günümüz modern sanatı ise, bir çoğumuz bu eserlere karşı ilgisiz davrandığımız gibi bunlardan rahatsızlığımızı bile dile getiririz. Çevre sanatı(mimari eserlerin estetik formları, kentsel peyzajlar, inşaat şantiyelerinin geçici duvarları, fabrika bacaları vb. yüzeyler sanatsal girişimlerle çevreye hoşça giden görünüm kazandırmayı amaçlayan sanat anlayışı), kavramsal sanat(görsel ya da dokunsal olmaktan çok, zihinsel bir imge yaratmayı amaçlayan sanat anlayışıyla üretilen yapıtlar, alışlagelmiş geleneksel malzeme ve teknikleri kullanmak yerine, sanatsal etkiyi formüller, videobantları,

konuşmalar vs. ile elde etmeyi amaçlar), pop-art(toplumsal kaynaklara, psikolojik ve psikanalitik temellere dayanan bir sanat türüdür. Endüstrileşerek gelişen toplumlarda orta sınıf halkın her türlü haberleşme araçları, film yıldızları, her çeşit tüketim ürünleri ve malzemeleri tasvir konusu edinebilmektedir. Bu anlayışta, genellikle kitle iletişim araçlarından esinlenmiş ya da alınmış imgeler-semboller kullanılır), land art (sanatın uygulama alanının genişletilmesi anlayışına paralel olan çağdaş sanat hareketleri içerisinde yer alan arazi sanatı çerçevesinde üretilen eserler bir galeride sergilenebilecek boyutta olabileceği gibi, yüzlerce metrekaare alan kaplayan ve ancak doğada gerçekleştirilebilecek nitelikte de olabilir) olarak tanımlanan 1960 sonrası anlayışlar söz konusu olduğu zaman ise, durum daha da ciddi hale gelip bunları saçmalıklarla değerlendirebilmekteyiz. Bu tip anlayışların gerek Amerika’da gerekse Avrupa’da yaygınlaşması ve toplum tarafından kabullenilmesinin temeli 1960’lı yıllara kadar inmektedir. Toplumumuz ise, geleneksel tuval resmine bağlı modern anlayışları bile yeterince algılamakta hala sorun yaşanmaktadır.

Anlaşılabacağı üzere tanımlandığı şekliyle kültür sanat, ortalama bir Türk okurunun hayatında olması gerektiği biçimde ve miktarda yoktur. Türk okurunun yaşamını bütünüyle yansıtmaz; yaşam alışkanlıklarını yansıtmaz. Hemen hepimiz bir futbol ya da basketbol müsabakasını tribünlerden seyretmişizdir ancak çok azımız operaya ya da tiyatroya gitmişizdir; dolayısıyla, kültür sanat haberlerini tüketmeye eğilimli görünmediğimiz, söylenebilir. Okurlara promosyon olarak ne istediklerini soran tüm gazeteler, ‘kitap’ yanıtını almalarına rağmen gerçekler farklı olmuştur. Bu durumu Sabah Gazetesi köşe yazarı Selahattin Duman şu şekilde yorumlamaktadır: “Okur ister de biz yerine getirmeyiz miyiz? Sanat haberleri ile dolu kültür sayfalarının maliyeti, nereden bakarsanız tavadan tencereden ucuza geliyor. İşletme açısından bakıldığında kültüre meyletmek, kupon karşılığı tava tencere vermekten daha hesaplı. Biz de öyle yaptık. Dayadık kültürü. Dayadık sanatı. Baz günler ortaya karışık kültür sanat yaptırıldık. Verdik de ne oldu? Yeni Yüzyıl ortalama 130 bin satıyordu. Tutup kültürel promosyon

yaptık. Nobel ödüllü edebi eserlerden bir liste hazırladık. O güzelim kitapları on binlerce bastırıp, okura hediye etmek üzere hazırladı. Kupon karşılığı bedava verdiğimiz Nobel ödüllü kitaplar az daha Yeni Yüzyıl'ı batırıyordu” (213). Her ne kadar olumsuz örnekleri ve zorlukları olsa da Suavi Tuncay'ın belirttiği gibi “ Sanat, kültürün ve iletişimin sosyal dokunun oluşumuna katkısı” yadsınamaz. Başta eğitim ve basın kurumu olmak üzere; siyasal yönetim erkini ellerinde tutanlar bu yönde bir ulusal politika yürütmelidir.

Sayısı artan kitle iletişim araçlarındaki profesyoneller sağlam bir kültür ve zihin yapısına sahip olurlarsa; kültür sanat haberlerine daha fazla yer verilecek bu da izleyici-okur grubunun kültür sanat alanındaki konulara var olan ilgisini uzun vadede arttıracaktır ve daha eleştiren, kolektif toplumsal bilinç düzeyi yükselen ve sosyal sisteme katılan ve sisteme girdi yaratıp katan bir okur kitlesi ve toplumsal doku oluşacaktır.

B. KÜLTÜR SANAT HABERCİLİĞİ

Kültür sanat muhabirliği, muhabirin içinde ve mensubu bulunduğu toplumdaki ve dünyadaki kültür sanat alanına giren etkinlikleri takip ederek, buradan haber olabilecek, haber niteliği taşıyan olayları yazılı ve görsel olarak hazırlayıp, sunduğu uzmanlık alanıdır. Bir kültür sanat muhabiri, bu alana giren tüm konularla - ki bunlar plastik sanatlar, müzik, sinema, sahne sanatları, edebiyat, fotoğraf, opera- bale, geleneksel sanatlar, son yıllarda Türkiye’de de önemli ölçüde gündeme gelmeye başlayan mimarlık- ilgilenmek, hepsinden bir parça anlamak ve seçtiği bir dalda da uzmanlaşmak zorundadır. Tüm bu dallar, akademik bilgi gerektirmektedir. Ancak, ekonomik nedenlerden, ilgi ve eğitim farklılığı gibi nedenlerden kaynaklanan istihdam ve inceleme sorunları nedeniyle belirli alanlarda bir uzmanlaşma sağlanmakta, özellikle kültür sanatla ilgili

213) Selahattin Duman, Kültürüm Var Zurnalı, İşlemesi Aynalı, Sabah Gazetesi, 02.12.2000

alanlar, çoğu zaman uzman olmayan muhabirlerce takip edilmektedir. Bir basın kuruluşunun ülkenin ve dünyanın belli merkezlerinde sürekli muhabir bulundurması her zaman mümkün olamayacağı için; buralarda gerçekleşen kültür sanat etkinliklerine ilişkin bilgileri haber ajanslarından elde etmektedir. Bu yöndeki etkinlikler şayet geniş kitleleri ilgilendiren önemli bir faaliyetse, gazetenin kültür sanat muhabiri söz konusu bölgeye gönderilmektedir. “Oysa dış basının Türkiye temsilcilerine baktığımızda, kültür sanat olaylarını uzmanı kadar iyi takip edebildiklerini görmekteyiz. Bu farklı uzmanlık alanlarını tanımalarının temel nedeni ise rotasyonla mümkün olmaktadır”(214).

Kültür sanat muhabirliğinde uzmanlaşma, diğer dallara göre biraz daha farklı bir anlam ifade etmektedir. Konser, sergi, tiyatro oyunu, opera-bale gösterimi gibi bir etkinliği haber yapan muhabir, aslında söz konusu etkinlik hakkında hem bilgi vermekte, hem de kritik etmektedir. Muhabir, bir ressamın sergisindeki eserlerini değerlendirirken, bir tiyatro oyundan izlenimler aktarırken okurları/ seyircileri yönlendirmektedir. Bu nedenle alanda yetkin olmak, bir kültür sanat muhabiri için önemlidir ve bu alanda söz sahibi olmanın koşulu ‘alanı sevmek, alanda çalışmayı öncelikle tercih etmek’ ten geçmektedir. “Kültür sanat muhabirliği, muhabirin bir gazetede staj yapmaya başladığı andan itibaren tercih belirttiği tek alandır; stajyerlerin ya da amatör muhabirlerin büyük bir kısmı genelde alan belirtmez”(215).

Kültür sanat çevrelerinin mensupları, yaptıkları her etkinliğin, piyasaya çıkan her kitabın, kültür sanat gündemini oluşturan her olayın bütün ayrıntılarıyla kültür sanat sayfalarında yer olmasını beklemektedirler. Okunulan gazetenin kendilerine fikri yakınlığına göre bu beklentileri artmakta ya da azalmaktadır. Oysa yazı işleri mutfağında en az elemanla en çok iş yapması gereken kültür sanat servisleridir. İstanbul gibi ülkenin kültür sanat merkezi olan bir metropolde

214) Ali Çolak, Zaman Gazetesi, Kültür- Sanat Editörü, 17 Mart 2006 tarihli mülakat, İstanbul

215) a.g.m.

en iyi ihtimalle bir iki muhabirle yoksa editör kendi marifetiyle şehrin kültür hayatının nabzını tutmaktadır ki bunun örneği Sabah Gazetesi’nde görülmektedir. Yeni Asya Gazetesi’nde kültür sanat haberciliği yapan Abdullah Şen, kültür sanat sayfalarının büyük fedakarlıklarla hazırlandığını söyleyerek “Gazetelerimizde yangında ilk feda edilecek yerlerdir kültür sanat sayfaları. Elemanlarına da öyle bakılır. Ekonomi servislerindeki beş kişi az görünürken, kültür sanat servisine iki kişi fazla gelmektedir”(216) demektedir. Hürriyet Gazetesi’nde kültür- sanat servisi üç kişiden oluşmaktadır. Kültür- sanat servisi, gazetenin ‘Ekler Servisi’ ile birlikte çalışmaktadır. Hürriyet ana gazetede kültür- sanat sayfası yoktur. Yarım sayfa kadar var olan sayfa, son ekonomik krizde kaldırılmıştır. Ancak önemli bir kültür- sanat haberi olursa ana gazeteye girmektedir. Kültür- sanat haberleri, hafta sonu eklerinde kullanılmaktadır. Sabah Gazetesi’nde ise kültür- sanat sayfası bulunmamaktadır. ‘Günaydın’ adlı ekinde ajanda sayfası altında kültür sanat haberleri verilmekte ve hem ajanda sayfasını hazırlama hem de sayfanın editörlüğünü yapma işi bir muhabire verilmiş durumdadır. Sabah Gazetesi için de, kültür sanat haberlerinin eklerde yer aldığı söylenebilir. Sabah Gazetesi ve Hürriyet Gazetesi’nde kültür sanat haberciliği eklerinde yapılmakta olup; ana gazetelerinde kültür sanat sayfaları olan gazeteler de dergi havasındadır. “Günlük kültür-sanat olaylarını takip eden kültür sayfası bulmakta zorlanılmaktadır. Gazetelerin kültür sanat sayfaları günlük dergi havasında çıkmaktadır. Bunda belki az eser üretilmesinden kaynaklanan, üzerinde konuşulacak olayın sınırlı olması da etkindir. Kültür sayfalarının başında hem kültür sanattan anlayan hem de gazetecilik nosyonu bulunan insan sayısı da az”(217). Cumhuriyet Gazetesi Kültür- Sanat Servisi 4 kişiden oluşmaktadır. Zaman Gazetesi’nde servisin adı ‘ Kültür- Sanat ve TV Servisi’ dir ve yedi muhabirden oluşmaktadır. Üç uzman muhabir, bir editör, bir redaktör ve bir TV

216) <http://www.sanatalemi.net/KoseYazilari.asp?nereye=yazioku&ID=4035>, Abdurrahman Şen, Erişim:17.11.2006, Kültür Sanat Hakkında Yazmak

217) <http://www.sanatalemi.net/KoseYazilari.asp?nereye=yazioku&ID=4035>, Erişim:17.11.2006, Abdurrahman Şen, Kültür Sanat Hakkında Yazmak

muhabiri vardır. Kültür sanat alanındaki her birime ayrı bir muhabir vermek mümkün olmadığı için servisteki uzman muhabirlerden biri sinema- tiyatroya, biri plastik sanatlar, geleneksel sanatlar, fotoğraf ve mimarlığa, biri de edebiyata bakmaktadır. Oysa Türk Basını'nda 1946 yıllarına kadar olan tek parti döneminde ağırlık sadece politika eksenini üzerine değil kültür eksenini üzerine de kurulmuşt . Örneğin Ankara'da 'Ulus Gazetesi' her sabah geniş bir kültür-sanat sayfası ile okuyucusunun karşısına çıkıyordu ve önemli bir kültür odağı oluşturmuşt . Yine bu bağlamda, Yahya Kemal Beyatlı'nın şiirlerinin Cumhuriyet Gazetesi'nde yayınlanması basının kültür ve sanatla olan organik ilişkisinin bir örneğidir. Yine ilk defa 'Gün' adlı bir edebiyat gazetesinin yayınlanmış olması bunu doğrulamaktadır. Çok partili döneme geçişle birlikte, irili ufaklı pek çok gazete yayın hayatına girmiş, ancak ağırlık politika eksenine kaymıştır. O günden bugüne dek bu çizgi devam etmektedir. Bugün pek az gazetede bir kültür-sanat servisi vardır, dolayısıyla kültür- sanat hareketlerini değerlendirecek çapta çok az eleştirmene sahiptirler. Bununla birlikte, hemen her gazetenin kadın ve magazin sayfalarında kültür sanat içerikli haberler yayımlanır. Kültür-sanat haberleri iki gruba ayrılmaktadır. Birinci ve en büyük grup, yeni bir kitap, oyun, sinema veya konser hakkında haber vererek çok yetkin olmamakla beraber bunları eleştirenlerdir. Daha k  k fakat daha etkili olan ikinci grup, toplumu ilgilendiren kültür-sanat olaylarını haber vererek açıklayıcı yazılar yazarlar. Açıklayıcı yazılar ile eleştiriler arasındaki fark, eleştiri yazısı yazmak için o alanda uzmanlaşmış olmak gerekirken, açıklayıcı yazıları enforme olmuş herkes yazabilir. Eleştirmenler, görmenin arttırılıp derinleşmesini sağlayabilecekleri gibi, okurun görmesini eksiltebilirler de. Bu noktada eleştirmenlerin ele aldığı sanat eseriyle kendi bilgileri arasındaki fark devreye girmektedir. Belki kendi bilgilenmesindeki eksikliğini başka noktalardan kapatma çabası ve o sanat eserinden saptırmaya yönelik girişimi çok etkili olabilmektedir. Bu kitlelerle sanatçının yapıtı arasında, enformasyon açısından yanlış enformasyon yönünde ağırlık oluşturabilmektedir. Eleştirmen değerlendirmeleri, sanatçılar ve kimi düşünürlerce de genellikle olumsuz karşılanmaktadır. Nesnel davranmayı kendine ilke edinen bir eleştirmenin, yapıtları üzerinde yorumda bulunduğu, eleştirdiği her sanatçının

övgüsünü, desteğini kazanması pek düşünülemez. Özellikle bizde geleneği yeni kurulmakta olan sanat eleştirisinin kısa geçmişi, kültür yaşamımızdaki katkısı göz önüne alınırsa, bu olumsuz davranışları anlamak, biraz daha kolaylaşmaktadır. Bizde yakın tarihlere kadar sanat eleştirisi adına gazete ve dergilerde yer alan yazılar, daha çok eş-dost yakınlaşmasının örnekleridir. Sergi açan ressamın, edebiyat çevresindeki yakınları, eş-dost ve tanıdıkları -eğer varsa- sergi üzerine bir şeyler çiziktirmekle yükümlü ve zorunlu saymışlardır kendilerini. Böylece de ortaya, resme resim sanatının dışından bakan, genel niteliği övgü çizgisinde belirlenen birtakım 'resim yazıları' çıkmıştır. Bugün de bu olumsuzluğun bütünüyle aşılmış olduğu söylenemez. "Edebiyat adamları arasında, güzel sanatlara olması gerektiği gibi yaklaşan kişiler de olmuştur. Söz gelişi bir Ahmet Hamdi Tanpınar, bir Fikret Adil bu genellemenin dışında kalabilmiş, sanat ortamına yazılarıyla etkinlik katmış kültür adamlarıdır. Açın Tanpınar' ın Avrupa gezileri sırasında yazdığı mektupları, bunların tümü müzelerle, sanat yapıtları ile haşır neşir olmuş, sevdiği bir tablo karşısında heyecanını yazıya başarıyla dökebilmiş usta bir gözlemcinin ürünleridir. Tanpınar'ın 1940'larda sahip çıktığı sanatçıların, bugün de çağdaş resmimizin bilinçli ustaları olmaları, herhalde bir rastlantı değildir"(218).

Bu bağlamda bir eleştirmen, sanat çevreleriyle içli dışlı olmalı, gününün sanat sorunları karşısında duyarlılığını daimi kılabilmeli, sanatın dünü ve bugünü üzerine ayrıntılı bilgilerle donanmış olmalı ve kendisini sürekli geliştirmelidir. Nesnelliği ve yan tutmamayı ilke edinmelidir. Ancak burada, bir sanatçıyı yüreklendirme durumunun yan tutmayla karıştırılmaması gerekmektedir. Eğer bir eleştirmen, geleceğin kültür ve sanat ortamına damgasını vuracak bir sanatçıyı yüreklendirmişse, bu gerçeği herkesten önce görmüş, görebilmiş olmak, eleştirel yargının tutarlılığı için de bir kanıttır. Sanat eleştirisinin, tanıtmanın ve salt yorumun ötesinde birtakım çağdaş sorumluluk ölçüleriyle, nesnel olarak, taraf

218) http://www.sanalmuze.org/paneller/kaya_ozsezgin02.htm, Erişim: 30.07.2006, Kaya Özsezgin, Sanat Eleştirisinin İşlevi Konusunda

tutmadan yapılması gerekmektedir.

Gündelik -yahut periyodik- yayın organlarında amatör izleyicilerin beklentilerini, her türlü denetimden uzak, içinden geldiği gibi dile getiren eleştirmenlerin yanı sıra, “ Graf Caylus’un ifade ettiği 3 grup eleştirmenden söz etmek gerekmektedir. Bunlar, ölçütlerini daha ziyade klasik sanattan alan sanat tarihçileri; sanat eserini- duyumsamaya çalışan eğitilmiş sanat uzmanları; genelde tekniğe ilgi duyan sanatçılardır”(219).

“Bugün Avrupa’da hemen hemen her ciddi gazetenin kültür- sanat olayları üzerine söyleşilerin ve tartışmaların yapıldığı geniş kapsamlı bir ‘Feuilleton’ sayfası vardır ki bu sayfalar aracılığıyla toplumla kültürel açıdan kurulan iletişim süreklilik kazanmış olur”(220). Sanat kavramının Türkiye genelinde netleşmemiş olması, Türk medyasına da yansımaktadır. Magazin sanatın üstünü örtmekte, özellikle ana akım medyada magazin haberleri sanat haberiymiş gibi sunulmaktadır. Çünkü haber öznesi olan kişilerden sanatçı diye söz edilmektedir; ama aslında bu kişiler ‘entertainment’ denilen eğlence dünyasının parçası olan insanlardır. Ana akım medya, okur peşinde koştuğu için, geniş kitlelerin ilgilenilebileceği şeylerle uğraşmakta, plastik sanatlar, nitelikli edebiyat ve sinemanın takipçisi olmamaktadır. Örneğin, vizyona yeni giren bir filmin ilk gösterimini film eleştirmenleri kötü bir yansıtıcıyla izlerken, film konuklara gönderilen davetiyelerden kıyafetlere kadar magazin gazetecilerinin ilgi alanına girmektedir. Ama yine de gazetelerin kültür sanata ayrılan sayfa ve eklerinde ağırlıklı olarak sinema ve edebiyat yer almaktadır ki bunların okur kitlesi plastik sanatlarla kıyaslandığında epey fazladır. Örneğin Radikal ve Cumhuriyet Gazeteleri, küçük bir okur kitlesine hitap ettiği için küçük bir medyadır ve okurlarının hemen hemen tamamı sanatla ilgilenmektedir ki burada kastedilen

219) http://www.sanalmuze.org/paneller/kaya_ozsezgin02.htm, Erişim: 30.07.2006, Kaya Özsezgin, Sanat Eleştirisinin İşlevi Konusunda

220) İsmail Tunalı, Medya ve Kültür, rh Sanat, Sayı:9, Mart/Nisan 2004, ss.25

yüksek sanattır. Bu gazetelerde magazin yoktur ve bu gazetelerin entertainmentten anladığı sinemadır, gösterime giren Hollywood filmleri, popüler Türk filmleri, müziktir. 24 sayfalık bir yayının 2 sayfasının yüksek sanat ve entertainment anlamında sanata ayrılması iyi bir orandır çünkü insanların önceliklerine de bakmak gerekmektedir. İyi bir koleksiyoncu olabilmek için iyi bir iş adamı olmak gerekir. Radikal Gazetesi'nin kimliğinin önemli bir bölümünü kültür sanat oluşturmaktadır. Bir gazetenin buna ne kadar sahip çıktığını anlayabilmek için ilk sayfaya bakmak gerekmektedir. Radikal Gazetesi'nin aksine, bazı yayın müdürleri gazetelerinde bir kültür sanat sayfası bulundurmaya artı bir prestij sağladığı için savunmakta, yer ayırmaktadırlar. “Gazetemizde bir kültür-sanat sayfası olursa gazetenin havası artar. O sayfanın nasıl olup olmadığı da hiç önemli değil. Sadece öyle bir yer bulunsun”(221) şeklinde kültür sanata yaklaşmaktadırlar.

Örneğin “Milliyet Gazetesi popüler bir ana akım gazetesi olmak için ya da 'tematik' gazetelere yaklaşmak adına 'Popüler Kültür' adı altında bir ek çıkarmıştır”(222). Milliyet bu ekle sadece eğlendirmeyi amaçlamamıştır. Bu ekte, "Niçin onu dinler, bunu okur, şunu izleriz?" sorularına yanıtlar aranarak bir bakıma 'çağdaş kitle iletişimi' sorgulaması yapılmış, 'Popüler Kültür' ürünleri popüler bir dille incelenmiştir. Popüler Kültür adlı derginin içeriği, kısmen Cumhuriyet Dergi, kısmen de Radikal 2'deki içerikle örtüşmüştür. Oysa popüler kültür tartışmalı bir kavramdır. Popüler olmak güzel olmak, yığınları temsil etmek anlamına gelmemekte; sınırlı bir taraftar bularak; halen kavramsal tartışma sürdürülmektedir. Örneğin Feyzullah Eroğlu, popüler kültürü “türedi bir kültür” (223) olarak ifade etmektedir.

221) <http://www.sanatalemi.net/KoseYazilari.asp?nereye=yazioku&ID=4035>, Erişim:17.11.2006, Abdurrahman Şen, Kültür Sanat Hakkında Yazmak

222) www.tempodergisi.com.tr/kose/ali_atif_bir/03707, Erişim:11.03.2005

223) Feyzullah Eroğlu, Davranış Bilimleri, Beta Yayıncılık, 2004, İstanbul, ss. 139-140

Kültür ve sanatta bilginin önemli bir yeri vardır. Günümüzde kültür ve sosyolojisi üzerinde derin çalışmaları olan İsmail Doğan da bu yönde düşünmektedir: “Türkiye’de pekişen sosyo- kültürel iklim, üniversite öğrencisi dışında ortalama entelektüel ilgilere sahip olan kişilerin de – burada basın ve muhabirlerinin- belirli disiplinler ile bunların genel- geçer sorun ve kavramları konusunda bilgi edinmesini, gerekli görmektedir” (224).

Demek ki, Suavi Tuncay’ın belirttiği gibi, kültür sanat haberciliğini sürdüren ya da sürdürecektir muhabirlerin en az bir entelektüel kadar derinliğine bilgi sahibi olması, kavramları doğru algılaması gerekiyor. “Böylelikle ulusal değerlerin ve buna bağlı olarak gelişen ulusal mensubiyet bilincinin algılanmasında Türkçe iletişim ve çevre etkileşiminin önemi giderek artıyor. Bu nedenle küçük sınırlı bir azınlık tarafından benimsenen, sosyo- kültürel yapının herhangi bir yerinde oluşan bozulma sonucu görülen; aynı zamanda kültür ve sanatın geniş gövdesini teşkil ve temsil eden ana kültürü tahakkümü altına alan popüler kültür, kültür sanatı temsil edemeyen bir olgudur”(225).

Diğer yandan mevcut ana akım medya göz önüne alındığında, hiç kuşkusuz kültür sanat müdavimlerinin internet gazeteciliğine de yöneldiği görülmektedir. Alternatif medya, içeriklerinin sunumunda yeni teknolojiler önemli olanaklar sağlamaktadır ki bunların başında yeni bir medya olarak kabul edilen internet gelmektedir. “Bireylerin aktif katılımına dayalı doğrudan demokrasiye dönük siyasal ve kültürel açılımlar içermesi nedeniyle, Yeni Sol ideolojiye yakın görülen internet yayıncılığı, yine Yeni Sol’un ortaya koyduğu düşünsel temeller doğrultusunda yapılandırılabilirse gerçek anlamda alternatif medya modeli oluşturabilecektir”(226). Zira bilgisayar ve internet temelli bilgi-

224) İsmail Doğan, Sosyoloji, Sistem Yayıncılık, 1998, İstanbul, ss.XVII

225) Suavi Tuncay, Popüler Kültür Ders Notları, E.Ü. İletişim Fakültesi, 2005, İzmir

226) www.ilef.ankara.edu.tr, Erişim: 21.03.2003, Geleneksel Yayıncılığa Alternatif Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi

Kültür ve sanatta bilginin önemli bir yeri vardır. Günümüzde kültür ve sosyolojisi üzerinde derin çalışmaları olan İsmail Doğan da bu yönde iletişim politikalarını değil, içerikleri yoluyla iletişim ortamını da farklılaştırmaktadır. Bu nedenle, kamu hürriyetleri ve kamusal alan ilişkisi açısından önemli bir paradigma olan insan haklarının ve basın sınırlarının ve sorumluluklarının doğru çizilmesi ve doğru algılanması gerekiyor. Bu nedenle “İyi, kötü ve toplum üzerinde öne sürülen düşüncelerin akılsal(logos) bir temele dayandırılması gerekir. Kısacası, bilgi- kuramsal temelden yoksun herhangi bir ahlaki, politik veya dinsel söylemden söz etmek imkansızdır ve insan kendini anlamlı kılan bir düşünsel söylemi ancak bu çabayla ortaya koyabilir”(227). Diğer yandan sistemin sürdürülmesi, pekiştirilmesi ve yeniden üretilmesinde önemli bir işlev gören, nicel içerik patlamasını nitel bir değişikliğe dönüştürmeden aksine çok sayıda kitle iletişim aracından yayılan içeriklerin giderek birbirine benzemesi, aynışması sonucunda ortaya çıkan ana akım medyanın, kültür sanat müdahimlerinin isteklerine yanıt vermesi mümkün görülmemektedir. Popüler medyanın sanatsal aktiviteleri büyük ölçüde pop konserleriyle sınırlı tutma tavrı, aradığını bulamayan okuru çok sayıda kültür-sanat sitesine yöneltmektedir. Bu sitelerin bir kısmı edebiyattan plastik sanatlara kadar sanatı bir bütün olarak ele alırken; bir kısmı da spesifik davranarak örneğin sadece sinemayı ele almaktadırlar. Bu siteler kültür sanat haberlerini son dakika gelişmeleriyle birlikte vererek, bunları röportaj, dosya haber, fotoğraf ve video görüntüleriyle desteklemektedirler.

Post-modern dönemde, imaj gerçeğin yerini almıştır. İmaj gerçeği temsil etmekten yoksundur ve ferde aktarılan enformasyon gerçekte anlam yüklü değildir. “Nitekim, “Whitney Museum of American Art” tarafından yapılan bir araştırmaya göre, medya kültürüne yansıyan sanat eserleri, olayların anlamlarını ön plana çıkararak bir kritik yapmak yerine, sadece görsel ifadeye ve önceliğe

227) Suavi Tuncay, Kamu Hürriyetleri ve Kamusal Alan İlişkisi Açısından İnsan Haklarının Algılanması ve Basının Rolü, EKEV Akademi Dergisi, Yıl: 8, Sayı:19, Bahar 2004, Erzurum, ss. 97

önem vermektedirler. Bu gruptaki post modern sanatçılar bir sanat eserinin statüsünü ve anlamını, şartların belirlediğini göstermektedirler. Eserler genellikle, sosyal ve kültürel vasıflardan uzaktırlar. Bunun altında post modernizm yatmaktadır. Birkaç kritik çalışma, sergi salonlarının uzak köşelerine itilmiştir. Eski sanat eserleri bile post modernizmin tarihçesi olarak sergilenmektedir. Doğru bir sosyal kritiği yansıtmaması gereken müzeler, post modernizmin tarihselliği reddeden ve adeta yasallaşmış olan temasına uymaktadırlar. Bu durum Post-modernizmin tarihi, hareketi, ve değişmeyi reddettiğini göstermektedir. Buna karşılık “Modernizm hala, post modernizmin irrasyonel olan etik karşıtlığıyla, yeni kabileciliğiyle ve evrenselciliğin lokalist reddiyeciliğiyle mücadele ederek sanatın ve teorisinin sonucuyla ilgili söylemlerini önlemektedir. Bu karşı mücadeleler de yine sanatçılar ve bilim adamları tarafından yürütülmektedir. Bu bağlamda yeni yapılan bazı çalışmalar sosyal kritik endişeleri taşımaktadır. Mesela, bazı film yapımcıları, Post-modern barbarlığa karşı sinemanın, eğlence amaçlı değil, metafor ve sembolleri keşfetmeye yönelik olmasını savunmakta ve çalışmalarında bu temaları kullanmaktadırlar”(228).

Sanatı kitleden koparan anlayış modernizm idi. Post modern sanat bir yanıyla bunu kırmayı, o seçkinci tavrı dışlamayı öngörürken sonuçta büsbütün seçkinci bir anlayış öne çıkmıştır. Post-modern sanat doğrudan doğruya ve kendisinden bağımsız üretilmiş belli bir düşünceden yola çıkmıştır. Sonunda ortaya çıkan felsefe-düşünce-sanat ilişkisi giderek post-modern bir görüntü altında, o dili kullanarak tam tersi bir noktada kristalize olmuş ve büsbütün seçkinci, mutlakiyetçi bir bilgi anlayışını öne çıkarmıştır. Sanat yapıtı değil, bilgisi ağırlık kazanmaya başlamıştır. Mimariden resme, edebiyata kadar her alanda üretilen sanat belli bir felsefi anlayışı 'örnekleme', hatta somutlaştırmak için yapılmıştır. Bu nedenle de sanatı anlamak ya da anlamamak sanatla ilgili bir

228) <http://birkok.net/file.php/2/yayin/POSTMODERNIZM.pdf>, Erişim: 20.08.2006, M. Cüneyt Birkök, Modernizmden Postmodernizme: Yeni Problemler, İstanbul, 1998, ss.13

sorun değildir. Onun dayandığı düşünsel, yorumsal süreçlerin bilinmesi halinde bir yapıt tartışılıp irdelenebilmektedir.

“ABD’deki Colombia Üniversitesi’ndeki National Arts Journalism Programı çerçevesinde yapılan araştırmada şu sonuçlar çıkmıştır: Gazetelerdeki spor ve ekonomi servisleriyle kıyaslandığında kültür-sanat servislerinin önceliği daha azdır. Sanat tahmin edildiğinden daha geniş ve daha heterojen bir alandır. Gazeteler sıkça, üst (yüksek-elit) kültürü kitle kültürüyle ve bunun görünür hallerinden olan moda ve tasarımla karıştırarak sunmaktadırlar. Hafta sonları, eğlencelik show programları da kültür sanat gündemine eklenmektedir. Röportaj ve kitap-film eleştirileri sanat haberlerinden daha çok görülmektedir. Kültür sanat servislerindeki personel ve haber kaynağı sayısı, tüm ulus genelinde, sanat aktivitelerinde görülen patlamayla uyumlu değildir. Hemen hemen her gazetede kültür sanata ayrılan yer ve personel sayısı, spor ve ekonominin çok gerisinde kalmaktadır. Plastik sanatlar, mimari, opera- bale ile dans az ilgi ve dikkat çekerken, televizyon, müzik, sinema ve kitaplar yoğun ilgi görmektedir. Büyük şehirlerdeki gazeteler küçük şehirlerde yayımlanan gazetelere nazaran sanat haberlerini daha detaylı ve daha da çeşitlendirerek veriyorlar. Ulusal yayın yapan gazetelerin ise kültür sanat haberlerine bakış açılarında belirgin farklılıklar var. Televizyon ağı içerisindeki kültür sanat haberciliği sabah programlarının içine yedirilmiştir; primetime’da ve gece saatlerinde yer verilmez” (229).

İngiltere basınında kültür sanat haberleri ağırlıklı olarak fikir gazetelerinde yayınlanmakla birlikte, popüler gazeteler arasında da kültür sanata özel sayfalar ayıran gazeteler bulunmaktadır. İngiltere’nin ve hatta dünyanın en önemli ve etkili fikir gazetelerinden biri olan The Times Gazetesi’nde kültür sanata, televizyon, sinema, dans, bale, müzik, tiyatro plastik sanatlar konu başlıklarıyla yer verilmektedir ve adı geçen bu alanlarda uzmanlaşmış çok sayıda

229) www.columbia.edu/cu/najp/publications/researchreports/rta2.html - 16k, Erişim: 19.03.2005

muhabirleri vardır. Her gün ortalama 20- 24 sayfa çıkan The Times Gazetesi'nin ayrıca 36 sayfalık tabloid bir baskısı da bulunmaktadır ve bu tabloid baskının her gün ortalama 8 ila 10 sayfası kültür sanata ayrılmaktadır. Kültür sanat haberleri önem derecesine göre, haftada en az bir gün gazetenin normal baskısında da yer almaktadır. İngiltere'nin başlıca ulusal fikir gazetelerinden biri olan Independent'da da kültür sanat haberleri hem sayı olarak hem de kapladığı yer açısından geniş yer verilmekte, kitap, sinema, müzik, fotoğraf ve tiyatro gibi alanlar için uzman muhabirler istihdam edilmektedir. İngiltere'nin bir diğer köklü ulusal fikir gazetesi olan Guardian'da kültür sanat alanında uzmanlaşma sağlanmıştır ve kültür sanat haberlerine geniş yer ayrılmaktadır. Guardian, ayın tüm kültür sanat etkinliklerini ayrıntılı bir döküm halinde yayınlamaktadır. İngiltere'nin ciddi ulusal gazetelerinden biri olan ve geniş bir okuyucu kitlesi bulunan The Daily Telegraph'ın içeriğinde kültür sanat önemli bir yer tutmaktadır. Sinema, müzik, plastik sanatlar, mimari ve edebiyat her gün işlenen kültür sanat haberi türleridir.

“Alman basınında kültür sanat haberlerinin, İngiltere ile kıyaslandığında daha az yayınlandığı görülmektedir. Ancak yine de belli başlı fikir gazetelerinde kültür sanat yer almaktadır. Almanya'nın ulusal fikir gazetelerinden biri olan ve her gün ortalama 40 sayfa yayımlanan Die Welt her gün kültür sanat haberlerine yer vermekle birlikte haftada bir verdiği ekinde edebiyat, sinema ve müzik gibi alanlarla ilgili haber ve makaleler bulunmaktadır. Hamburger Abendblatt adlı gazete ise her gün 2- 3 sayfasını kültür sanata ayırmaktadır. Yine ulusal fikir gazetelerinden biri olan Sueddeutsche Zeitung Gazetesi'nde de bir sayfa kültür sanata ayrılmış vaziyettedir ve bu sayfada ağırlıklı olarak ayrıntılı kritikler yer almaktadır.

İngiltere'yle kıyaslandığında Fransa'da günlük gazete tüketimi daha düşüktür. Fransa'nın yüksek tirajlı ulusal gazetelerinden biri olan Le Monde her gün ortalama 38- 40 sayfa çıkmakta, bunun yine ortalama 5 sayfası kültür sanata ayrılmaktadır. Le Monde Gazetesi küçük puntolarla hazırlanmaktadır. Ağırlık,

sinemadadır. Le Monde Gazetesi'nde müzik, sinema, plastik sanatlar, tiyatro, dans, mimari, müzeler, arkeoloji alanlarında uzmanlaşmış çok sayıda muhabir istihdam edilmektedir. Fransa'nın bir diğ er ulusal fikir gazetesi olan ve tabloid boy olarak ortalama 40 sayfa yayınlanan Liberation'da her gün ortalama 4 sayfa kültür sanata ayrılmaktadır. Le Monde gibi küçük puntolarla çıktığı için haberler doyurucu bir içerikle sunulmaktadır. Ayrıca kültür sanat etkinliklerinin tarihini ve içeriklerini bildiren ortalama üç sayfalık rehber sayfaları da bulunmaktadır”(230).

Sosyal içeriğı az olan kültür sanat haberleri, günlük hayatta sıkça rastlanan manzaraları sunmamaktadır. Kültür sanat haberlerindeki mesajın kodlanması aslında yer aldıkları gazetelerin genel özellikleri ve okurlarının yapısı, özellikleri göz önüne alındığında, alıcı grubun semboller repertuarına uygundur. Alıcı kitlenin entelektüel düzeyi yüksektir. Ama yine de haber hazırlanırken, orijinallik miktarı iyi ayarlanmalıdır. Okurun sanata dair sahip olduğı entelektüel düzey çok fazla zorlanmamalıdır. Okurun mesajı alabilmesi, haber metninde geçen sembollerini bilmesine bağılıdır.

“Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri ele alınarak 2000 yılını kapsayacak şekilde yapılan içerik analizi veri tabanının “sistematik örnekleme” yöntemiyle oluşturulduğı, uzmanlık alanlarının ve özellikle kültür sanat haberlerinin sayı ve alan olarak kapladığı yerin kıyaslamalı olarak incelendiğı çalışmada, her ay için 3 adet gazeteden toplam 108 adet gazete değerlendirmeye alınmıştır. Buna göre, Hürriyet Gazetesi'nde ortalama 83 haber içerisinde ortalama 4 kültür sanat haberi yayınlanırken, Cumhuriyet Gazetesi'nde ortalama 94 haber içinde ortalama 10 kültür sanat haberi, Zaman'da ise ortalama 88 haber içinde ortalama 5 kültür sanat haberi yayınlamıştır.

230) zgehan zkan,1980 Sonrası Türk Basınında İhtisaslaşma ve kültür Sanat Haberciliğı, E. . Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2002, ss. 211-216

Kültür sanat haberlerinin yanı sıra; Hürriyet Gazetesi'nde yayınlanan ortalama 83 haberin, 17'si ekonomi, 10'u politika, 21' i spor, 9'u polis adliye, 3'ü savaş, 6'sı magazin, 4'ü dış haber, 2'si bilim sağlık, 1' i eğitim, 1'i çevre, 5'i aktüel, 3'ü ise diğer konu başlığı altında toplanmaktadır.

Cumhuriyet Gazetesi'nde yayınlanan ortalama 94 haberin, 15'i ekonomi, 14'ü politika, 12'si spor, 5'i polis adliye, 3'ü savaş, 1'i magazin, 9'u dış haber, 4'ü bilim sağlık, 2' si eğitim, 2 'si çevre, 10'u aktüel, 8'i ise diğer konu başlığı altında toplanmaktadır.

Zaman Gazetesi'nde yayınlanan ortalama 88 haberin, 14'ü ekonomi, 15'i politika, 18'i spor, 5'i polis adliye, 3'ü savaş, 1'i magazin, 7'si dış haber, 3' ü bilim sağlık, 3'ü eğitim, 1'i çevre, 9'u aktüel, 9'u ise diğer konu başlığı altında toplanmaktadır.

Hürriyet, Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri'ndeki haber dağılımlarına bakıldığında, genel ortalamalar içerisinde ekonomi, politika ve spor haberlerinin ağırlıklı olduğu, dış haber, bilim sağlık, eğitim, çevre konulu haberlerin kültür sanat haberlerine oranla daha az yer bulduğu görülmektedir.

Bir yıllık dönemden seçilen toplam 36 Hürriyet Gazetesi' nde toplam 121 adet kültür sanat haberi yayınlanmıştır. Bu 121 haberin 36's müzik, 22'si sinema, 19'u edebiyat, 14'ü genel kültür sanat etkinlikleri, 12'si plastik sanatlar, 10'u tiyatro, 7'si arkeoloji tarihi, 1'i ise mimaridir. Kültür sanat haberleri içinde müzik ve sinema ağırlık kazanırken, diğer dalların daha düşük oranlarda kullanıldığı görülmektedir. Edebiyat, Hürriyet'in yoğun olarak işlediği kültür sanat haberi türlerinden biridir.

Aynı tarihlerden oluşan 36 adet Cumhuriyet Gazetesi'nde toplam 359 adet kültür sanat haberi yayınlanmıştır. 359 haberin 105'i müzik, 70'i sinema, 64'ü plastik sanatlar, 44'ü genel kültür sanat etkinlikleri, 38'i edebiyat, 27'si tiyatro, 11'i ise arkeoloji-tarih haberlerinden oluşmaktadır. Bu gazetede de sinema ve müzik ağırlıklı olmakla beraber, diğer dallar için nispeten daha dengeli bir dağılım sağlandığını belirtmek mümkündür. Cumhuriyet Gazetesi'nde plastik sanatlar diğer gazetelere oranla daha geniş yer bulmaktadır.

Yine aynı tarihlerden oluşan 36 Zaman Gazetesi'nde toplam 172 adet kültür sanat haberi yayınlanmıştır. Bu 172 haberin 35'i sinema, 33'ü müzik, 32'si edebiyat, 32'si genel kültür sanat etkinlikleri, 17'si tiyatro, 14'ü plastik sanatlar, 9'u ise arkeoloji haberlerinden meydana gelmektedir. Zaman Gazetesi'nde sinema, müzik ve edebiyat arasındaki denge göze çarpmaktadır. Edebiyat haberleri sinema ve müzik gibi popüler türlerle neredeyse eşit oranda yer almıştır" (231).

Bu araştırmada, kültür sanat haberlerine fikir gazetelerinde kitle gazeteleriyle kıyaslandığında daha fazla yer verildiği, kitle gazetelerinde kültür sanat haberlerinin magazin haberleriyle karıştırılarak sunulduğu görülmektedir.

Medya Takip Merkezi(MTM)'nin yaklaşık 900 farklı basın mecrasını inceleyerek yaptığı araştırma, kültür sanat alanında "banka egemenliği"nin giderek arttığını göstermektedir. Özellikle Yapı Kredi, Akbank ve İş Bankası bu alanda öne çıkmaktadır.

"MTM'nin 2003 yılının son 6 ayında yaptığı medya araştırma sonuçlarına göre, yazılı basın ve TV kanallarında bankalar ile ilgili toplam 42.846 adet haber

231) Özgehan Özkan,1980 Sonrası Türk Basınında İhtisaslaşma ve Kültür Sanat Haberciliği, E. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 2002, ss. 352-355

yayınlanmıştır. Bu haberlerin 34.067 tanesi yazılı basında yer alırken, 8.779 tanesi TV’de yayınlanmıştır. Yani haberlerin yüzde 80’i gazete ve dergilerde, yüzde 20’si ise TV kanallarında yer almıştır. Bunlardan 34.222 tanesi genel bankacılık faaliyetleriyle ilgili olurken, 8.624 tanesi ise kültür ve sanat etkinlikleri ile ilgili haberlerden oluşmaktadır. Medya Takip Merkezi’nin yaptığı araştırma sonuçlarına göre, bankaların yazılı basın ve TV kanallarında en fazla yer bulan kültür etkinlikleri 2.514 haberle ‘sergiler’ olmuş, sergileri 1.931 haberle ‘kitap’ haberleri takip ederken, üçüncü sırada 1.782 adetle ‘sponsorluk’ haberleri, dördüncü sırada ise 926 haberle ‘konser’ haberleri yer almıştır. Çeşitli etkinliklerin yazılı basın ve TV kanallarında yansımaları da farklı oldu. Buna göre gazete ve dergiler en çok kitap haberlerine yer verirken, ikinci sırada sergi ve üçüncü sırada sponsorluk haberleri medyaya konu olmuştur. TV kanalları ise en çok sergi haberlerine ilgi gösterirken, bunu sırasıyla, sponsorluk ve konser haberleri takip etmiştir. Yazılı ve görsel basında yer alan kültür-sanat etkinlikleri ile ilgili haberlere baktığımızda, 2003’ün son 6 ayında, en fazla yer verilen banka, 2.671 haberle Yapı Kredi Bankası olmuştur. İş Bankası, 2.655 haberle ikinci sıraya yerleşirken, üçüncü sırada 1.746 haberle Akbank, dördüncü sırada ise 1.085 haberle Garanti Bankası yer almıştır.

Bankalar her ne kadar genel olarak belirli konularla medyada yer alsalar da, kendi içlerinde yoğunlaştıkları çalışmalar da olmuştur. Yapı Kredi Bankası 1.123 adetle, en çok kitap haberleriyle yer alırken, ikinci sırada 801 haberle sergi ve üçüncü sırada da 278 adetle sponsorluk haberleri yayınlanmıştır. İş Bankası, 726 adetle en çok kitap haberleriyle yer almıştır. En çok yer alan diğer faaliyetleri, 674 adetle sergiler, 522 adetle de konserler olmuştur. Akbank, diğer iki bankanın aksine, 839 adetle en çok sponsorluk haberleriyle yer almıştır. 395 haberle konser ve 222 adetle de sergiler en çok bahsi geçen etkinlikleri olmuştur. Garanti Bankası da diğerlerine oranla farklı bir konuya yoğunlaşarak 2003’ün son yarısında en fazla sergi haberleriyle yer almıştır.

Bankaların bu tür faaliyetleri en fazla Cumhuriyet ve Radikal Gazetelerinde haber olmuştur. MTM' in araştırma sonuçlarına göre, yazılı basında en fazla sanat haberlerine yer veren gazete, 6 ayda, 498 haberle Cumhuriyet Gazetesi olmuştur. Cumhuriyet'i 465 haberle Radikal Gazetesi ikinci ve 421 haberle Milliyet Gazetesi üçüncü sırada izlemiştir”(232).

Kültür sanat haberlerini kategorize edersek, müzik, sinema, edebiyat, tiyatro, mimarlık ve plastik sanatlardan bahsetmek gerekmektedir.

“Çağımızda müzik, en azından nicel açıdan, son derece önemli bir olgudur. Batı devletlerinin ortamla vatandaşı, ilgi düzeyi ve müziğin kalitesi ne olursa olsun, günde yaklaşık iki saat müzik mesajı alır”(233). Ülkemizde ise, 1990'lı yılların başlarında, özel radyo ve televizyon kanallarının sayısının artmasıyla müzik, daha kolay ulaşılır hale gelmiş, günlük yaşam içerisinde yoğun strese maruz kalan insanların en öncelikli rahatlama araçlarından biri olmuştur. Ciddi bir sektör olan müzik, kültür sanat muhabirliği içinde geniş bir haber alanı olarak ortaya çıkmıştır ve bu alan içerisinde ağırlıklı olarak Türk hafif müziği ya da günümüzdeki kullanımıyla pop müzik ile, Türk halk müziği, klasik Türk müziği, klasik Batı müziği ve arabesk müzik (serbest çalışmalar) konu edinilmektedir.

Müzik alanında çalışan bir habercinin haber kaynakları, şarkıcı, besteci, söz yazarı, aranjör, vokalist, enstrümanistler, plak firması sahipleri ve çalışanları, klip yönetmenleri, müzik kanalı yöneticisi, yapımcı, sunucuları, Devlet Senfoni Orkestrası, Devlet Klasik Türk Müziği Korosu, Devlet Opera ve Balesi, devlete ait ve özel korolar, dansçılar vb.dır. Festival, yarışma, konser, müzik firmalarınca yapılan tanıtım toplantıları gibi etkinlikler bir kültür sanat muhabirinin

232) <http://www.evrensel.net/04/02/18/kultur.html#2>, Sanata Banka Damgası

233) Abraham A. Moles, Kültürün Toplumsal Dinamiği, çev: Nuri Bilgin, E.Ü. Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 21, İzmir, 1983, ss.200

işleyebileceği geniş bir kaynak olma özelliği taşımaktadır. Bir müzik muhabiri, tarihsel süreç içinde müziğin geçirdiği evreleri ve ünlü müzisyenleri, müzik türlerini ve bu dallarda faaliyet gösteren müzisyenleri, yorumcuları, besteci, söz yazarı, plak şirketi sahiplerini, müzik eleştirmenlerini tanımalı, rutin olarak konserleri, resitaleri takip etmelidir.

7. Sanat olan sinema, genç bir dal olmasına rağmen diğer sanat dallarından daha popülerdir ve kültür sanat alanındaki haberler içinde ağırlığı fazladır. Ülkemizde de Türk sineması özellikle 1990'lı yılların başından itibaren yoğun bir izleyici kitlesine seslenmektedir. Türk sinemasındaki bu hareketlenme, sinema muhabiri için geniş bir haber alanı oluşturmuş ve kültür sanat muhabirliğinde uzmanlaşmayı daha da önemli hale getirmiştir. Bir sinema muhabirinin haber kaynakları, film yönetmenleri, yönetmen yardımcıları, aktör ve aktrisler, senaryo yazarları, film müziğini besteleyen müzisyenler, kamera arkası ekibi, set ekibi, film eleştirmenleri, alanla ilgili akademisyenler, seyirciler vb.dir. Uluslararası, ulusal ve bölgesel sinema festivalleri ve ödül törenleri, film galaları sinema muhabirine konu teşkil etmektedir.

Bir sinema muhabiri her şeyden önce iyi bir sinema izleyicisi olmalıdır. Sinema tarihi ve sinema dilini iyi bilmelidir. Muhabir, sinema eleştirmenlerini birebir tanımalı, önemli gördüğü filmler ile ilgili olarak haberlerinde eleştirmenlerin görüşlerine de yer vermelidir. Bir filmi mutlaka iki defa seyretmelidir ve diğer uzmanlaşma alanlarında, aslında habercilikte olduğu gibi tarafsızlığını korumalıdır. Filmle ilgili eleştirileri, olumlu, olumsuz fikirleri eleştirmenlerin görüşleri olarak vermelidir. Haberde filmle ilgili ilgi çekici anekdotlar, film çekimi sırasında yaşanan ve seyircinin ilgisini çekebilecek bazı ayrıntılar, seyircinin fark edemeyeceği noktaların sunulması hem haberi daha okunur kılmakta hem de okurun ilgisini filme çekmektedir.

Edebiyat, kültür sanat alanındaki haberler içerisinde geniş yer kaplayan bir alandır. Edebiyat alanından sorumlu muhabir okuma alışkanlığı olan, şiir, öykü,

roman, deneme, inceleme-araştırma, günlük, mektup, mizah yazıları gibi metinleri konu edinen uzman kişidir ve yazarlar, şairler, edebiyat eleştirmenleri, yayınevi sahipleri, çevirmenler, alanla ilgili akademisyenler haber kaynaklarıdır. Bir edebi eserin yayımlanması ve üzerine yapılan tartışmalar, imza günleri, kitap fuarları, şiir dinletileri, söyleşiler, paneller, seminerler, edebiyat alanında ödüllerin verildiği törenlerden haber çıkartmaktadırlar. Edebiyata bakan uzman muhabir iyi bir okur olmalı, yurt içinde ve yurt dışında çıkan kitaplarla yaratıcılarını takip etmeli, tanınmalıdır.

Sinema, yüz milyonlarca kişiye hitap eden popüler bir sanatken, anlatım teknikleri sinemayla benzer olan tiyatro, sinemaya nazaran daha az kişiye seslenen popülaritesi daha düşük olan bir sanat dalıdır. Tiyatro muhabirliği de, kültür sanat muhabirliği dalları içerisinde, sinema, edebiyat ve müzikten daha az, plastik sanatlara göre haber olanakları daha geniş ve daha hareketli bir uzmanlık alanıdır. Devlet tiyatroları, özel tiyatrolar düzenli olarak oyunlar sahneledikleri için alanda konu sıkıntısı ekilmemektedir. Tiyatro muhabirlerinin haber kaynakları oyuncular, yazarlar, yönetmenler, eleştirmenler, devlet, belediye ve özel tiyatro yöneticileri, alanla ilgili eğitim veren akademik birimler ve akademisyenler, seyircilerdir. Tiyatro ile ilgili olarak düzenlenen çeşitli festivaller ve ödül törenleri, devlet tiyatrolarının periyodik oyunları, özel tiyatroların gösterimleri, prmiyerler, eleştirmenlerin yorumları tiyatroya haber olan konulardır. Tiyatro muhabiri, tıpkı sinema yazan muhabirin yapması gerektiği gibi bir oyunu iki kere ve sıradan izleyicilerden tamamen farklı bir açıyla izleyip, değerlendirmelidir. Haberini yazarken mümkün olduğunca hassas, özenli ve tarafsız davranmalıdır. Dram sanatını iyi bilmeli, gerek dünya çapında, gerekse kendi ülkesinde tanınan tiyatrocuları, tiyatro yönetmen ve yazarlarını tanıyarak, tiyatro anlayışlarını bilmelidir.

Resim, mimarlık, heykeltıraşlık, seramik, grafik, fotoğraf, tekstil sanatı, geleneksel el sanatlarını kapsayan plastik sanatlar diğer sanat dallarıyla

kıyaslandığında izleyicisi az olan bir alandır, basın ilgiside bu ilgiyle paralellik göstermektedir.

Ressamlar, heykeltıraşlar, seramikçiler, grafikçiler, karikatüristler, geleneksel el sanatlarıyla uğraşanlar, mimarlar, fotoğraf sanatçıları, alanla ilgili akademisyenler, sanatçılar, atölye sahipleri, galeri sahipleri, küratörler, alanla ilgili eleştirmenler plastik sanatlar alanına yönelik haber yapan muhabirlerin haber kaynaklarıdır. Plastik sanatlar üzerine eserler veren yaşayan ve ölmüş sanatçıların sergileri, bu sergilerin eleştirisi, alana yönelik düzenlenen sempozyumlar, bienaller, sanat kampları, sanat fuarları, workshoplar haber konularıdır. Bu alanda uzmanlaşmış muhabir, sanat tarihi ve akımlarını bilmeli, yaşayan ve hayatta olmayan plastik sanatlar alanında eserler vermiş ve vermekte olan sanatçıların hangi akımlar içerisinde eserler verdiklerini, sanat kariyerlerini takip etmelidir.

Kültür sanat muhabirleri, sanatçının içinde yetiştiği toplum ve dönem açısından yararlandığı geleneği ve üzerinde oturduğu mirasın bilincinde olup olmadığını, yani sanatçının yapıtına yansıyan yüzünü doğru okumalı ve yansıtmalıdır.

Plastik sanatların en ilgi çeken kolu resimdir. Tıpkı heykel gibi henüz kolektif bir sanat değildir. Kopyaya göre orijinallik kavramı, resim sanatında hala belirli bir anlam taşımaktadır. Resim sanatının ülkemizdeki gelişimine baktığımızda, 15. yüzyılda Fatih Sultan Mehmet'in, İtalyan sanatçı Gentile Bellini'yi bugün Londra National Gallery'de sergilenen kendi portresini yaptırtmak üzere çağırmasına rağmen Batı tarzı resmin, Osmanlı İmparatorluğu'nda benimsenmemiş olduğunu, bunun yerini genelde minyatür sanatının aldığını görmekteyiz. Geçen süre zarfında Osmanlı İmparatorluğu'na gelerek çalışmalarda bulunan Batılı bazı sanatçıların olduğu bilirse de bu sanatçıların saray ve çevresinden büyük destek gördükleri dönem, Osmanlı'nın Avrupa ile ilişkilerini arttırdığı Batılılaşma dönemi olmuştur. 18. yüzyıl, Osmanlı

sanatı açısından bir dönüm noktasını ifade etmektedir. Batı yöntemlerine uygun eğitim yapan askeri okulların kurulması kararlaştırılmış, askeri okullarda eğitim gören ve resim yapmaya ilgi duymuş olan sanatçılarımız çağdaş Türk resim sanatının bir bakıma öncülüğünü yapmışlardır. Cumhuriyet'in ilanından önce güzel sanatlar alanında yaşanan en önemli gelişme askeri okullar dışında akademik anlamda ilk resim derslerinin verildiği Sanayi-i Nefise Mektebi'nin açılması (1883) olmuştur. 1908 yılında II. Meşrutiyet' in ilan edilmesinin ardından tüm kurumlarda oluşan özgürlük ortamı sanatta da kendini hissettirmiştir. 1923 yılında Cumhuriyet'in ilan edilmesinin ardından başta Atatürk olmak üzere diğer devlet adamlarının en çok üzerinde durdukları konulardan biri Türkiye Cumhuriyeti'ni bilim, teknik ve sanat alanlarında çağdaş devletlerin seviyesine ulaştırmak olmuş ve bu hedef doğrultusunda büyük çaba sarf edilmiştir. Özellikle Cumhuriyet' in ilk yıllarında bu alanlarda yetişmiş kişiler olmadığı için yurt dışına yetenekli gençler gönderilerek yetiştirmeleri sağlanmış, devlet tarafından sergiler açılmış, “Atatürk'ün emriyle ülkemizin ilk güzel sanatlar müzesi olan İstanbul Resim ve Heykel Müzesi kurulmuş, Cumhuriyetin ‘Halkçılık’ ilkesi doğrultusunda sanatın geniş kitlelere yaygınlaştırılması amaçlanmış ve Türkiye'nin 63 iline 58 ressam gönderilerek, ülke gerçeklerini, genel ve kültürel özellikleri yansıtan 675 tuvalden oluşan bir koleksiyon elde edilmiş, güzel sanatlar eğitiminin yaygın hale gelmesine çalışılmış, sanatçılar dernek, birlik ve grup adı altında toplanmaya başlamıştır”(234).

II. Dünya Savaşı sonrası tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de önemli sosyal, kültürel ve ekonomik değişimler meydana gelmiş, bu değişim resim sanatına da yansımıştır. Özellikle dış kaynaklı sanat yayınlarının ülkemizde çoğalması Batılı sanat çevreleriyle ilişkileri daha bilinçli ve organik hale getirmiş, batıdaki son çalışmalardan kısa sürede haberdar olunmuştur. 1950'li yıllardan sonra Türk resminde etkin olan soyut resme bazı sanatçılarımız moda gözüyle

234) <http://turkresmi.com/klasorler/yerellesme/index.htm>, Erişim:12.10.2006, Yerelleşme, Yöreselleşme ve Özgünleşme Çabalarına Doğru

bakmışlar ve geleneksel tarzlarına devam etmişlerdir. Bunu takip eden yıllarda Türk resim sanatı içinde toplumsal gerçekleri yansıtan natüralist eserlerle birlikte yıllardan sonra basit ve fantastik öğelerin çarpıcı renklerle ifade edildiği naif soyut tarzda resim yapan pek çok ressam yer almıştır. Yine 1970’li yıllardan sonra resim sanatçılarının bu iki alanda yoğunlaştıkları görülmektedir. 1960’lı resimler de çağdaş Türk resim sanatında önemli bir yer tutmaktadır. 1970’li yıllarda çeşitli objelerle birlikte mekanın da kullanıldığı sanat eserleri oluşturulmaya başlanmıştır. Çağdaş Türk resim sanatının gelişmesinde en önemli eğitim kurumumuz olan Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, 1982 yılında Mimar Sinan Üniversitesi’ne bağlı Güzel Sanatlar Fakültesi olarak eğitimini sürdürmüştür.

Taş, pişmiş toprak, alçı, metal, ağaç, kil, son dönemde pleksiglas, plastik, kağıt, ip ve her türlü hazır malzeme kullanılarak yapılan, mekanda yer kaplayan (üç boyutlu) dolayısıyla aynı zaman ve mekanda bulunduğu duygusunu resme kıyasla daha kolay veren sanat yapıtına heykel denmektedir. Heykel ve heykeltıraşlığın tarihi ise çok eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan kazılarda mermer, ağaç, taş, pişmiş toprak, maden vs. gibi çok çeşitli malzemeden yapılmış heykel ve heykelciklere rastlanmaktadır. Heykeltıraşlığı bu denli yaygınlaşmasının nedeni inançtır. Çeşitli devirlerde yaşamış insanların tapındıkları ve ilah tanıdıkları şeylerin ağaç, maden, taş üzerine işlemeleri ve ibadetlerini bunlara karşı yapmaları heykellere toplumsal yaşamda geniş verilmesine yol açmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nda resim sanatında Batılılaşma etkisi sonucu yaşanan gelişmeler heykel sanatında karşımıza çıkmamaktadır. Bu dönemde adından bahsedebileceğimiz Türk heykel sanatçısı olmadığı gibi, 19. yüzyılda Osmanlı topraklarında çalışan çok sayıda ressamla karşılık heykeltıraşa rastlanmamaktadır. Ülkemizde 19. yüzyıl sonlarına kadar heykel sanatı dinin de etkisiyle mimariye bağlı taş süslemeciliği şeklinde gelişme göstermiştir. “Ülkemizde heykel sanatının başlaması ve gelişmesi resim sanatında olduğu gibi kuşkusuz 1883 yılında açılan Sanayi-i Nefise Mektebi ile gerçekleşmiştir. Cumhuriyet öncesi heykel çalışmalarının akademi ile sınırlı

kalması, Türk halkının heykel sanatına karşı ön yargılı tutumunu devam ettirmiştir. Heykel İslami inanış doğrultusunda put ile özdeşleştirildiğinden, ancak Cumhuriyetin ilanından sonra ciddi bir varlık göstermeye başlamıştır. Türk toplumu heykelle ilk kez meydanlara dikilen Atatürk Anıtları aracılığıyla tanışmış ve anlaşılabileceği üzere, anıt heykeller 'heykel' kavramını tanımlar olmuştur. Kentin parklarına, meydanlarına ve kamu yapılarına konulan ve diğer sanat eserlerinden farklı olarak 'görülebilir' olma niteliğiyle her gün yüzlerce eleştiriye maruz kalan anıt heykellerin, o çevrede yaşayan halka ait olması beklenmiştir. Cumhuriyet döneminde açılan sergilerde resim sanatçıları yanı sıra heykel sanatçılarına da rastlanmaktadır. 1950'li yıllardan sonra heykel sanatının modern akımların etkisiyle hızlı bir gelişme göstermiş olduğu açıktır"(235). Cumhuriyet döneminde yetişmiş sanatçılar, ilk heykel sanatçılarımıza oranla daha bağımsız ve kişisel üsluplarını ortaya koyabilen eserler meydana getirmişler ayrıca erken dönemdeki büstler yerini önemli meydanlarımızda yer alan anıtlara ve soyut heykellere bırakmıştır. Anıt yapma geleneğinden sonra karşımıza çıkan ikinci oluşum ise, son 30 yıllık zaman dilimi içerisinde görülen, heykelden yola çıkarak yan disiplinlerle ilişki kuran farklı eğilimleri bünyesinde barındıran bir akımlar yelpazesidir. Bu bağlamda, sanatçıların işleri, değişik akımlar içerisinde ve performans, enstalasyon gibi değişik adlar altında yorumlanabilir olma özelliğiyle geleneksel biçimciliğe karşı çıkmaktadır. Modern heykel artık benzerlik ve biçimden ziyade hareket ile ilgilenmektedir. Heykel artık yontmak olmaktan çıkmış, ekleme, toplama ve düzenlemeye dönüşmüştür.

Gombrich dünya sanat tarihinin gelişimini resim-heykel sanatı üzerinde odaklanarak anlatırken şöyle demektedir: "Kendilerine insan resmi yapma izni verilmeyen doğulu sanatçılar hayal güçlerini, biçim ve motifleri sanki onlarla oynarcasına örmekte koşturdular. Elhamra'nın avlularını ve içini gezmek, bu süsleme çizimlerinin tükenmeyen çeşitliliğine hayran kalmak unutulmaz, olanaksız bir

235) <http://www.forumta.com/archive/index.php?t-92958.html>, Erişim: 21.09.2005, 15. Yüzyıldan Günümüze Kadar Anadolu'da Resim

deneyimdir. Eğer bugün Doğu halılarındaki renk düzenlerinin denge ve uyumuna, yaratıcı zenginliğine hayran kalabiliyorsak, bunu son çözümlemede, sanatçının kafasını gerçek dünyadan (maddesel alemi kast ediyor) saptırıp onu çizgi ve renklerden oluşan bir düş dünyasına iten Muhammed'e borçludur"(236).

Belirli ölçü ve kurallara uygun olarak yapı yapma sanatı olan mimarlıkta, insanların gün içerisinde bulundukları ve bulunma amaçlarına göre yerine getirdikleri aktiviteleri en rahat ve kolay biçimde, doğal çevre ile de uyumlu olarak sürdürmelerini sağlayan yapıların planlanması ve inşası, teknik kurallar ve estetik bakış açısıyla en sağlam biçimde yapılmaktadır. Sağlamlık Türk mimarisinin belirleyici özelliğidir. Mimarlığın ülkemizdeki gelişim çizgisine bakıldığında, Klasik Osmanlı mimarisinin, 18. yüzyıldan itibaren büyük değişim içine girdiği görülmektedir. 19. yüzyılın ikinci yarısı ise tüm dünyada Milliyetçilik akımlarının önem kazandığı yıllardır. Bu akım kısa süre içinde Meşrutiyet'le birlikte giderek güç kazanmıştır. "Klasik Selçuklu ve Osmanlı mimarisinin plan ve süsleme özelliklerinin günün şartlarına göre yeniden gündeme getirilmesi olarak açıklanabilecek I. Ulusal Mimarlık adında bir dönem açılmış ve bu dönem 1930'lara kadar devam etmiştir. 1923 yılında Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte her alanda köklü değişimler başlamıştır. Anadolu şehirlerini batılı anlamda planlı bir biçimde imar ve inşa ettirmek amacıyla aralarında şehir planlamacısı ve mimar da bulunan çok sayıda yabancı uzman ülkemize çağırılmıştır. Uluslararası Mimarlık olarak da adlandırabileceğimiz bu dönemde yapının kullanım amacını dikkate alan çok sayıda eser tasarlamışlardır. Artık yerel malzeme kullanımı azalmış, demir ve çimento ile birlikte camın da kullanımı artmış, sonuç olarak betonarme yapılar çoğalmıştır. Değişik dış etkilerle biçimlenen bu dönem 1940 yılına kadar varlığını sürdürmüştür. 1938 yılında Atatürk'ün ölümü ve ardından 1939 yılında II. Dünya Savaşı'nın çıkışı Türkiye Cumhuriyeti'ni her alanda olduğu gibi mimari alanda da etkilemiştir. Savaş

236) <http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&GosterNo=283>, Erişim:

03.08.2006, Muhammed Bozdağ, İslam ve Batı Felsefesinin Sanata Etkisinin Teorik Çerçevesine İlişkin Bir Tartışma, Yaz 1996, Sayı: 55

nedeniyle yurt dışından getirilen yapı malzemelerinin getirilememesi yanı sıra bu dönemde yabancı mimarlara karşı tepkilerin de artması mimaride yeniden geleneksel değerlere dönülmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. 1940 ve 1950’li yılları kapsayan bu dönem II. Ulusal Mimarlık olarak isimlendirilmektedir. II. Ulusal Mimarlık dönemi yapılarının en karakteristik özelliği simetri ve anıtsallıktır. İthal malzeme kullanımının artması, yurt dışına mimarlık eğitimi için giden gençlerin yurda dönmeleri, yabancı mimarların ülkemizde yeniden etkin olmaları mimaride değişimi hızlandıran nedenlerden bir kaçıdır. Aynı zamanda bu yıllardan itibaren mimarlık eğitimi veren kurumların sayısı artmaya başlamış, eğitimin yaygınlaşması ile birlikte mimarlık büroları da çoğalmıştır. Dünyadaki gelişmelerden kısa sürede haberdar olmaya başlayan mimarlar, bir noktaya bağlı kalmaktan ziyade özgün tasarımlara yönelmişlerdir. Sonuç olarak 1950’li yıllardan sonra karşımıza çıkan tasarımları önceki dönemlerde olduğu gibi kesin çizgilerle birbirinden ayırmak imkansızdır. Mimarlık sanatını konu alan bir haber yazacak olan kültür sanat muhabirinin başvuracağı kaynaklar mimarlar, mimarlık fakülteleri ve akademisyenler, oda temsilcileridir. Tarihi ve kültürel önemi bulunan yapılar, bunların korunması ile ilgili yasal düzenlemeler ve uygulamalar, mimarideki teknik ve estetik gelişmeler, ulusal ve uluslararası mimarlık kongreleri vb. haber konularıdır”(237).

Hammaddesi kil olup elle, kalıpta yada tornada biçimlendirilmiş ve fırınlanmış her türlü obje ya da inorganik malzemelerin oluşturduğu seramik çamuru bileşimlerin, çeşitli yöntemlerle şekil verilip, kurutulduktan sonra sırlı ya da sırsız olarak sertleşip dayanıklılık kazanıncaya kadar pişirilmesi bilimi, teknolojisi ve ayrıca sanatı olan seramik, dünyanın en eski malzemesidir ve ilk örneklerini Anadolu’ da vermiştir. Resim ve heykel sanatının birçok ögesini bünyesinde barındıran seramik sanatı, en başından beri ‘işlevsel’, yani yaşantı içerisinde insanın gereksinimleri ile bütünleşmiş olup, kap yapma geleneğinden

237) http://poetikhars.com/belgeler/cumhuriyet_doneminde_guzel_sanatlar, Erişim: 19.06.2006, Şennur Kaya, Cumhuriyet Döneminde Güzel Sanatlar, Resi- Heykel- Mimari

ortaya çıkan bir sanat dalıdır. Seramik sözcüğünün, beraberinde bir sanat dalını çağrıştırması 19. yüzyılın ikinci yarısına işaret etmektedir. El sanatlarının, sanayi devrimi sonrası yok olma sürecine girmesiyle birlikte seramik çamurunun salt sanatsal kaygılarla ele alınabileceği düşüncesi gelişmeye başlamıştır. Kabin içindeki iç boşluğu(hacim) sanatsal materyal olarak kullanması, bu sanatın en önemli ayırt edici özelliğidir. Seramik sanatı, kaplayıcılık ilkesiyle hareket eden ve yaratıcı basamakları sayesinde hacimsel olanı işleyen bir sanattır dolayısıyla, bu belirleyici noktanın dışındaki eserler heykel sanatının sınırlarındadır ve seramik heykel olarak tanımlanmalıdırlar.

Türk toplumunda fotoğraf ile ilgili çalışmalar da, azınlıkların girişiyle başlamıştır. Osmanlı Devleti'nde fotoğraf dinsel sınırlama ile karşılaştığından Türk toplumunda fotoğraf sanatının ilerlemesi geç olmuştur. Ülkemizdeki sanat ağırlıklı fotoğraf çalışmaları her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Deneysel fotoğrafçılık, hem basında hem de toplumda ilgi çekmektedir. Fotoğraf sanatı ile ilgili haberlerin konusu, fotoğraf sanatçıları, fotoğrafçılar, fotoğraf sergileri, teknolojik gelişmeler, fotoğraf yarışmaları vb.dir.

Grafik tasarımı ise, toplumsal yapılanmanın değişimine paralel olarak gelişen yeni bir sanat dalıdır. Grafik tasarımı terimi ilk kez 20. yüzyılın ilk yarısında metal kalıplara oyularak yazılan ve çizilen ve daha sonra da çoğaltılmak üzere basılan görsel malzemeler için kullanılmıştır. Grafik tasarımın çağdaş bir sanat olarak kabul edilmesi ve bu anlamda gelişimi, yine Cumhuriyetin ilanından sonra gerçekleşmiştir. Bugün sadece basılı eserler (baskı resimler, afiş gibi) değil görsel ürünler de (animasyonlar, video-art vb.) grafik sanatı içerisinde değerlendirilmektedir. Günümüz toplumlarının tüketim ağırlıklı kapitalist yapılanması içerisinde grafik sanatı, tanıtım ve reklam amaçlı çalışmalarda kullanılmakta ve hızla tüketilmektedir. Kalıcılığı resme, bir heykele oranla daha düşüktür.

Özellikle plastik sanatlar alanında eser veren sanatçıların 1990'lardan itibaren ürettikleri çalışmalarda ses, performans, şiir gibi teknikleri kullanmaları ve bunların iç içe girmesi, kavramsal olarak yeni açılımları gündeme getirmiştir. Sanatçılar, merkez ve periferi arasındaki ilişkileri ve güç dengelerini sorguladıkları, hiçbir geleneğe bağlı olmaksızın yürüttükleri çalışmalarında, güncel yaşamın zorluklarını bir metafor olarak yorumlamaya yönelmişlerdir. Türk sanatçılar da, bu bağlamda, kimlik ve aidiyet başlıkları altındayer alan 'yerel değerlere' bağlılıklarıyla, özellikle Batı Avrupa ülkelerinde birbiri ardına açılan önemli sergilere katılmakta; toplum tarafından doğru bir biçimde değerlendirilerek desteklenmeyi hak etmektedirler. Türk toplumu tarafından sanatın diğer kollarına nazaran daha az tüketilen, dolayısıyla gerek kitle gazetelerinde gerek fikir gazetelerinde daha az yer bulan plastik sanatlar alanındaki üretimlerin ve bu alanda gelinen noktanın iyi bir biçimde tahlil edilerek okurlara/izleyicilere doğru aktarılması büyük önem arz etmektedir ki bu, özellikle plastik sanatlar alanında uzmanlaşmış kültür sanat muhabirlerinin ve aynı niyetle olan yayın organlarının varlığı ile mümkündür.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSAL YAZILI BASIN TEMSİLCİLERİNİN UZMAN GAZETECİLİĞE VE BİR UZMANLIK ALANI OLARAK KÜLTÜR SANAT HABERCİLİĞİNE BAKIŞI

A. DEĞERLENDİRİLMEME ALINAN ULUSAL YAZILI BASIN KURULUŞLARININ GENEL ÖZELLİKLERİ

1. HÜRRIYET GAZETESİ VE DOĞAN GRUBU

Sedat Simavi öncülüğünde 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına başlayan Hürriyet Gazetesi, Türkiye’deki fikir gazetelerinden farklı olarak geniş kitlelere hitap eden ‘yığın gazeteciliğinin öncülüğünü yapmıştır. Modern baskı tekniğiyle, sürekli içerik arayışı içerisinde olmasıyla, bol görsel malzemeye sansasyonel bir üslupla birleştirmesiyle, politik konularda sergilediği milliyetçi ve şoven yaklaşımıyla, siyasi iktidarla her zaman uyum içerisinde oluşuyla tirajlarını büyük ölçüde arttırmıştır. “Başlangıçta tirajı 30 bin iken, 1951 yılında 100 bine ulaşmıştır.1 Mayıs 1969 tarihinde tirajı 1 milyonu bulmuştur”(238). Çok partili dönem ve DP iktidarının ilk dönemlerindeki uygulamaların getirdiği görece özgürlük ortamında Hürriyet Gazetesi, siyasi iktidarın himayesi altına girmiştir.

Hürriyet Gazetesi, kurduğu bağımsız dağıtım örgütüyle rakiplerine üstünlük sağlamış olup 1953 yılında Sedat Simavi’nin ölümüyle işin başına geçen oğulları Haldun ve Erol Simavi gazetenin büyüme sürecine katkıda bulunmuşlardır.

238) Necati Zincirkıran, Hürriyet ve Simavi İmparatorluğu, Sabah Yazı Dizileri, İstanbul, 1994, ss. 144

1960 tarihinde anonim şirkete dönüşen Hürriyet Gazetesi, basın sektörünün bir endüstriyel yapı olarak yükselmesinde önemli bir rol oynamış, içerik itibarıyla de batı kültürünün taşıyıcılığını yapmıştır. Ancak bu yaklaşımı, 1980’li ve 90’lı yıllardakiyle kıyaslandığında önemli farklılıklar göstermektedir. Bu yıllarda Hürriyet Gazetesi’nin yayın politikası büyüme/ genişleme olmuş, yatay genişleme stratejisinin gerektirdiği koşulları kamu otoritesine dayatmıştır. Hürriyet Gazetesi, 1994 yılında Doğan Grubu’na katılmıştır.

Doğan Holding medya sektöründe; gazete, dergi ve kitap yayıncılığı, televizyon ve radyo yayıncılığı, basım ve yeni medya alanlarında çalışmaktadır. “Grup içinde iki ana bölüm oluşturulmuştur: ‘İçerik üreticileri’ ve ‘servis sağlayıcıları’. İçerik üreticiler, gazeteler, dergiler, kitap yayıncıları, televizyon kanalları, radyo istasyonları ve bir müzik şirketinden oluşmaktadır. Servis sağlayıcılar ise, dağıtım, perakendecilik, prodüksiyon, kablolu televizyon, internet ve basım şirketleriyle bir faktoring şirketinden oluşmaktadır. DYH, Hürriyet, Milliyet, Radikal, Posta, Fanatik, Referans ve Gözcü dahil günlük sekiz gazete yayınlamaktadır. Ayrıca, Turkish Daily News’u da bünyesine katmıştır. Kanal D ve Star TV, DHY’ nin bünyesindedir. DYH’in tematik kanallar segmentinde ise DYH ile AOL Time Warner’ın ortak girişimiyle yayın yapan haber kanalı CNN Türk, müzik kanalı Dream TV, spor kanalları BJK TV ve Fenerbahçe TV faaliyetlerini sürdürmektedir. Doğan Burda (DB) bünyesinde toplam 23 dergi yayınlanmaktadır. Ayrıca, dünyada önemli bir yere sahip gazete ve dergilerin ithalatını ve yurtiçi dağıtımını gerçekleştirmektedir. Şirket aynı zamanda, DYH’in uluslararası iki ayrı ortaklığını da temsil etmektedir. DYH, ülkemizde gazete ve dergi dağıtımında erişim gücü ve etkinlik açısından önemli bir yer tutan Yaysat’a dı bünyesinde barındırmaktadır. DYH, yeni medya faaliyetlerini geliştirmek adına öncelikle İnternet ve kablolu TV yatırımlarına öncelik vermiştir.

Doğan Holding medya sektörü dışında, enerji, sanayi, ticaret, sigortacılık ve turizm sektöründe de sahibi ve ortağı olduğu şirketlerle faaliyet göstermektedir. Bunlar; enerji sektöründe Petrol Ofisi, Erk Petrol Yatırımları,

Petrol Ofisi International Oil Trading, Petrol Ofisi Oil Financing, PO Petrofinance, Kıbrıs Türk Petrolleri(KİPET), Petrol Ofisi Alternatif Yakıtlar Toptan Satış (POAY), Petrol Ofisi Gaz İletim (POĞİ) , Petrol Ofisi (UK); sanayi sektöründe Çelik Halat, Ditaş, Doğan Organik Ürünler; ticaret sektöründe Milpa, Hürriyet pazarlama, Otomotiv Bayiliği; sigortacılık sektöründe Ray Sigorta; turizm sektöründe Milta, Milta Kemer, Işıl Club, Işıl Tur, Milta Bodrum Marina ve Doğan Havacılıktır” (239).

2. SABAH GAZETESİ VE CİNER GRUBU

Sabah Gazetesi’nin kurucusu Dinç Bilgin’in babası “ Şevket Bilgin, Türk-Yunan mübadelesi sırasında Selanik’ten İzmir’ e göç ederek, 6 Eylül 1924’den itibaren Yeni Asır Gazetesi’ni Türkiye’de yayınlamaya başlamıştır. 27 Mayıs darbesiyle birlikte, gazetenin DP yanlısı tutumu nedeniyle baskılara maruz kalmış, darbeden sonra Dinç Bilgin, Yeni Asır’ın idari işlerini yürütmeye başlamıştır. 1960’ların ortalarından itibaren yerel piyasada tek olmak için pek çok stratejik karar almış ve rakiplerini birer birer tasfiye etmiştir. İzmir’den İstanbul’a taşıdığı ekonomi gazetesi Rapor’u bir iş adamına devretmek suretiyle aldığı çek, kendisine açılan şahsi krediler ve Citibank ile Yapı Kredi Bankası’ndan aldığı kredilerle, 22 Nisan 1985 tarihinde Sabah Gazetesi’ni kurmuştur. En büyük rakibi olan Günaydın Gazetesi’nden yönetici transferi de yapan Sabah Gazetesi yükselen değerlerin gazetesi olmuş ve Hürriyet Gazetesi ile yarışır hale gelmiştir. Türk Basını’nda henüz kullanılmayan teknolojik altyapısı ve yüksek ücretlerle, diğer gazetelere üstünlük sağlamıştır. Tirajı 350 bin seviyelerine ulaşmış, daha sonra 500 binlerde istikrar kazanmıştır. 16 Kasım 1989’da, bütün medya yatırımlarının şemsiye kuruluşu olan Medya Holding’i kurmuştur. Sabah dışında Bugün, Yeni Yüzyıl, Fotomaç, Sabah Yıldızı adlı gazetelerde çok sayıda derginin sonra 500 binlerde istikrar kazanmıştır. 16 Kasım 1989’da, bütün medya yatırımlarının şemsiye kuruluşu olan Medya Holding’i kurmuştur. Sabah dışında

239) www.doganholding.com.tr, Erişim: 15.11.2006

Bugün, Yeni Yüzyıl, Fotomaç, Sabah Yıldızı adlı gazetelerde çok sayıda derginin basıldığı mekan olmuştur. ATV ile, 12 Temmuz 1993 tarihinde televizyon yayıncılığı işine girmiştir. 24 Ağustos 1994’de reklam pazarlama şirketi olan Mepaş’ı kurmuştur”(240). Sabah Gazetesi medya piyasasının bütün alanlarında genişleme stratejisi izlerken, medya dışı sektörlerle fazla itibar etmeyerek Etibank’ı satın almış ve finans sektörüne girmiştir.

Sabah Grubu, 1990’lı yılların sonlarında, başka medya grupları ve medya dışındaki sermaye çevreleriyle kurduğu ilişkiler nedeniyle çeşitli tartışmalara konu olmuştur.

2000 yılının, Sabah Grubu’nun sahibi Dinç Bilgin ve ailesi için büyük bir sarsıntı ve yıkım dönemi olduğu bilinmektedir. Sabah Grubu’nun çoğunluk hisseleri Park Holding’in sahibi Turgay Ciner’e devredilmiştir. “27 Ekim 2000’de grubun finansmanının çoğunu sağlayan Etibank’a devlet tarafından ele konulmuş, bankayı kişisel menfaatleri doğrultusunda kullandığı belirlenen Dinç Bilgin cezaevine girmiştir. 29 Kasım 2000 tarihinde ise Sabah Grubu’nun Ciner’den kalan diğer yarısı Mehmet Emin Karamehmet’e geçmiştir. Sabah Grubu’nun kontrolünü ele geçiren Turgay Ciner, 1970’li sektörlerde yürüttüğü faaliyetlerle devam etmiştir. Turgay Ciner, Sabah Grubu’nun yanı sıra yüzde 40 oranında hisse sahibi olduğu Cumhuriyet Gazetesi ile de sektörün önemli bir bileşeni haline gelmiştir”(241).

Merkez Gazete Dergi Basım Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., yazılı medya sektöründe faaliyet göstermek amacı ile Merkez Yayın Holding A.Ş. tarafından 2002 yılında kurulmuştur. Sermayesinin tamamı kurucu ortağına aittir. Merkez Gazete, günlük, haftalık ve aylık olarak yayınladığı gazete ve dergilerin yayıncılığını yaparak faaliyetlerini yürütmektedir Merkez İzmir Gazete, Ege

240) http://www.geocities.com/medyanaliz3/tarihce_gazeteler.htm, Erişim: 10.01.2006 der: Serhat Hürkan, Gazeteler- Gazeteciler/ Dergiler- Dergiciler

241) a.g.k.

Bölgesi'nde yayınlanan ve bölgesel yayınlar içerisinde en büyük tiraja sahip Yeni Asır gazetesini yayınlamaktadır. Merkez İzmir Gazete, Yeni Asır Gazetesi'ni İzmir'deki tesislerinde hazırlamakta ve yayınlamaktadır. Sabah'ın yanı sıra her gün Takvim ve Pas Fotomaç yayımlanmaktadır. Merkez dergiler ise, Yeni Aktüel ve Otohaber Merkez'dir.

Merkez Yayın Holding A.Ş. tarafından 2002 yılında Merkez ATV Televizyon ve Prodüksiyon. A.Ş., 2003 yılında ise Merkez Haber Ajansı A.Ş.kurulmuştur.

“Ciner Şirketler Grubu, medya sektörü dışında Enerji ve Madencilik Sektörü'nde Park Termik, Park Teknik, Park Maden, Park enerji, Park Elektrik, Park Demir, Ceytaş Madencilik, Eti Soda, Tufanbeyli Elektrik, Park toptanElektirk, Silopi Elektirk, Park Aliminyum adlı şirketlerle, Ticaret, Sanayi ve Hizmet Sektörü'nde Park Havacılık, Ceysan Ceyhan Dokuma, Park İthalat İhracat, Park Makine Yedek Parça, Park Tıp Sağlık, Havaş Turizm, Larespark Otel İstanbul, Larespark Otel Antalya, Park Denizcilik, Denmar Depoculuk, Park Marina, Park Sigorta, Park İnşaat adlı şirketlerden oluşmaktadır. Akpet, Akpet doğalgaz, Akpet Gaz ve Havaalanları Yer Hizmetleri adlı şirketlere de iştirakleri vardır”(242).

3. CUMHURİYET GAZETESİ

Mustafa Kemal Atatürk, milletvekilliği de yapmış olan, Yeni Gün adlı gazeteyi de çıkartan Yunus Nadi'den İstanbul'da, Cumhuriyet adını verdiği gazeteyi çıkarmasını istemiştir. 7 Mayıs 1924 tarihinde yayın hayatına başlayan Cumhuriyet Gazetesi, ülkede her anlamıyla gerçek bir demokrasi kurulması için çalışmayı hedeflemiştir. Cumhuriyet Gazetesi'nin 1930'lara kadar ağırlıklı olarak rejimin yerleşmesi ve devrimlerin benimsenmesine yönelik bir politika izlediği

242) <http://www.parkgroup.com.tr/tr/gd.htm>, Erişim: 15.11.2006

bilinmektedir. Bu dönemde, alışverişlerde indirim sağlayacak bir kupon vererek ilk promosyonu gerçekleştirmiş, 1929 Şubat ayında da Türkiye'deki ilk güzellik yarışmasını düzenlemiştir. İlk ansiklopediyi de Cumhuriyet vermiştir.

Yunus Nadi'nin vefatının ardından, gazetenin yönetimi en büyük oğlu Nadir Nadi'ye geçmiştir. Nadir Nadi 1950 seçimlerinde Demokrat Parti listesinden Bağımsız Muğla Milletvekili seçilince gazete de dolayısıyla DP'li olmuştur. Fakat Nadir Nadi, 1954 seçimlerinde Meclis'e girmeyince, Cumhuriyet Gazetesi'nin DP'ye giderek azalan desteği de 1957'den sonra eleştiriye dönüşmüştür. DP de diğer muhalif basına olduğu gibi, Cumhuriyet'e de kağıt baskısından denetim baskısına kadar çeşitli baskılar uygulamıştır.

1960'ların ilk yıllarına kadar Cumhuriyet Gazetesi bir sayfasında sağ bir sayfasında sol görüşlü yazarların yazı yazabildiği bir gazete iken bu tarihten sonra dünyada esen sol rüzgarın etkisine girmiştir. "Nadir Nadi, 1962 senesinde sol yazıları ile bilinen ve henüz 36 yaşında olan İlhan Selçuk'u gazeteye almış, ona bir 'Pencere' açmıştır. 1957'den 65'e kadar gazetenin yazı işleri müdürlerinden biri olan Vecdi Kızıldemir'e göre İlhan Selçuk'a gelene kadar Vala Nurettinler, Cevat Fehmiler, Yaşar Kemaller zaten solcu idi. Dolayısıyla gazete sola İlhan Selçuk'la kaymamıştır. Fakat Cumhuriyet, bundan sonraki dönemde 'solcu' ve 'komünist' gazete olarak anılmıştır. Babıali'de pek bilinmemekle beraber, 1963 senesinde, Yunus Nadi'nin, Nadir Nadi ve Doğan Nadi dışındaki çocukları Leyla Uşaklıgil ve Nilüfer Nun'un eşleri Bülent Uşaklıgil ve Niyazi Nun gazetenin aşırı sola kaymasından şikayet ederek gazeteye el koymuşlardır. 1971 yılında damatlar gazeteye bir kez daha el koyduğunda Cumhuriyet'te deprem bu sefer bir sene sürmüştür. Özellikle Niyazi Nun, gazeteyi sağa çekmek için mücadele vermiştir. Bu olayda İlhan Selçuk'un 9 Mart darbecileri arasında yer alması da etkili olmuştur. Fakat bir yılın sonunda gazete yine Nadir Nadi'ye teslim edilir. Zaten 1969'dan itibaren İlhan Selçuk gazetede etkili olmaya başlamıştır. Çok çabuk etki altında kaldığı söylenen Nadir Nadi de gazetenin sola meyletmesini istemiştir. Bu yıllarda özellikle bürokrasi ve solcu gençlik üzerinde etkili bir gazete olan

Cumhuriyet, Türkiye'nin karışık döneminde de eski kimliğinden uzak yayın yapmıştır. Bu dönemde Cumhuriyet okuyanlar ile okumayanlar, sistemin işleyişindeki bazı kışkırtmalar sonucu birbirine girmişlerdir”(243).

Cumhuriyet Gazetesi'nin iktidarlar ve askeri yönetimler tarafından en çok kapatma cezası alanların başında geldiği bilinmektedir. Gazetenin kadrosunda bulunan liberallerin 1991'deki seçimden sonra yeni oluşacak hükümetin adresini, SHP'den ziyade DYP—ANAP olarak göstermesi sonucu İlhan Selçuk gibi isimler buna tavır almış ve Cumhuriyet Gazetesi'nin tarihindeki en önemli kriz patlak vermiştir. “Hasan Cemal'in arkasındaki liberaller, İlhan Selçuk'un arkasındaki Kemalistlerin gazeteden ayrılması ile 5 Kasım 1991'den sonra gazetenin tek hakimi olmuştur. Ama gazeteden ayrılanların ‘Cumhuriyet okumuyoruz’ kampanyası, gazetenin geleceğini tehlikeye atınca eski ekip işi bırakmıştır. 10 Nisan 1992 tarihinden itibaren de İlhan Selçuk ekibi yine Cumhuriyet'e geri dönmüştür. Bu olaylar gerçekleştiğinde Cumhuriyet Gazetesi'nin tirajı 30—40 binlere kadar düşmüştür. İlhan Selçuk ve ekibinin geri döndüğü dönemde Cumhuriyet'in 90 milyara yükselen borçları ödenemez hale gelmiştir. En büyük alacaklı ise İmar Bankası, dolayısıyla Kemal Uzan'dır. Uzan, alacakları konusunda anlaşmaya yanaşmamış, hatta icra yolunu tercih etmiştir. Fakat Cumhuriyet, borçlarından kurtulabilmek için Yönetim Kurulu Başkanı Osman Nuri Torun'un bulduğu planı uygulamıştır. Bu plan 9 Aralık 1992'de sonuca ulaşmış ve gazetenin iflası sağlanmıştır.

Cumhuriyet Matbaacılık ve Gazetecilik Türk Anonim Şirketi iflas etmiş, ardından 10 Mayıs 2000 tarihinde yine Türkocağı Caddesi, No. 39/41 Cağaloğlu adresinde 437909 sicil numarası ile Yeni Gün Holding Anonim Şirketi kurularak İstanbul Ticaret Odası'na tescil ettirilmiştir”(244).

243) <http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=128979>, Erişim: 05.12.2005, Hayda! Turgay Ciner Cumhuriyet Gazetesi'nin Gizli Sahibi Çıktı

244) a.g.k.

Türk medyasındaki diğer gazetelerle mücadele edebilmek için holdingleşen Cumhuriyet Gazetesi, Yeni Gün Holding'in de finans sorununa çözüm bulamaması sebebiyle sermaye arayışını sürdürmektedir. Bugün Cumhuriyet, bugün Türk medyasında, nerede ise tüm medya patronlarının hissesi bulunduğu bir gazete olarak da dikkat çekmektedir.

“Gazetenin resmi danışmanı Emre Kongar’a göre Çapan ailesinden işadamı Günay Çapan’ın yüzde 20 ile ortak olduğu, Karamehmet ve Doğan Grubu’nun da elinde hissesini bulundurduğu Cumhuriyet Gazetesi’nde en büyük pay sahibi yüzde 40’lık bir hisseyle işadamı Turgay Ciner’e aittir. Bunlara rağmen okur da para koyarak Cumhuriyet Gazetesi’ne ortak olabilmektedir. Fakat şu da bir gerçek ki, gazeteye kim ortak olursa olsun, destek verirse versin Cumhuriyet Gazetesi’nin yönetimi, İlhan Selçuk’un başında bulunduğu Cumhuriyet Vakfı’nın elindedir. Vakıf, Yeni Gün Holding’in içinde değişmez ve imtiyazlı olarak yüzde 10 hisseye sahiptir. Bir ikinci yüzde 10 da Cumhuriyet okurlarına aittir. Bu kişilerin sayısı 240’tır. Holding hisselerinin yüzde 20’lik bir bölümü Kasım 2000 tarihinde Günay Çapan’a satılmıştır. Son günlerde ikinci bir yüzde 20 hisse de Park Grubu’na satılmıştır. Patronsuz ve çalışanların çıkardığı Cumhuriyet’te İlhan Selçuk’un istemediği bir şeyin gerçekleşmesi söz konusu değil. Cumhuriyet Gazetesi’nin ortaklarından Günay Çapan, gazeteye zor şartlarda destek verdiği halde ortak olarak kabul görmemiştir. Doğan grubu da holdinge elli bin dolarda ortaktır. Günay Çapan da hisselerini devretme eğilimindedir”(245). Holding yeni ortaklar aramakta ve çeşitli sermaye gruplarıyla temaslarını sürdürmektedir.

4. ZAMAN GAZETESİ

“Zaman Gazetesi, 3 Kasım 1986’da Ankara’nın Babıali’si olarak bilinen Ulus Rüzgarlı Sokak’ta 80 kişilik bir kadroyla, Fehmi Kuru’nun

245) <http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=128979>, Erişim: 05.12.2005, Hayda! Turgay Ciner Cumhuriyet Gazetesi’nin Gizli Sahibi Çıktı

liderliğinde, 12 sayfa ve siyah- beyaz olarak yayına başlamıştır”(246). Ankara merkezli olarak yayın yapan başka bir günlük gazete olmadığından dağıtım şirketleri de İstanbul’da çıkan gazetelere göre stratejilerini belirlediği için, Zaman Gazetesi çok erken saatlerde baskı yapmak zorunda kalmıştır. Yavaş yavaş etkisini kaybetmeye başlayan Tercüman Gazetesi’nin okurları yeni bir arayışa girmiştir ve Zaman Gazetesi bu okurları adeta kapmıştır. İslami basın daha çok parti merkezli ya da, az satan, geniş kitlelere ulaşma imkanından yoksun, geleneksel çizgide gazetelerden oluştuğu için Zaman Gazetesi, büyük bir ihtiyacı karşılamıştır. “İlk hedef 20 bin satmak iken, ilk 6 ay sonunda 25 bin civarında bir satışa ulaşılmıştır. Zaman Gazetesi Ekim 2006 itibariyle 247 bin satmaktadır. İslam merkezli bir gazete olan Zaman Gazetesi’nin hedef kitlesi genç Müslüman aydınlardır. İlk yıl içerisinde yapılan çeşitli anketler, Zaman’ı okuyan insanların yaşlarının çok genç, eğitimlerinin ise epey yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Eylül 1987’de gazete merkezini İstanbul’a taşımış hemen sonra Aralık ayında Yenibosna’daki bugünkü merkezine geçmiştir. Gazetenin İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Erzurum ve Antalya bölge temsilciliklerince her gün 6 ayrı bölgenin sayfaları hazırlanmaktadır. Türkiye içerisinde diğer gazetelerden daha yaygın bir teşkilata sahip olduğu gibi yurtdışında da 12 ayrı merkezde değişik baskıları olan bir gazetedir. 2 Aralık 1995’te yayına başlayan www.zaman.com.tr, internetin ilk Türk gazetesidir. 2003 yılında www.zaman.com ile günlük İngilizce haber yayınına başlamıştır”(247). 3 Kasım 2001 tarihinde dünya standartlarında gazetecilik yapma iddiasıyla bir dizi atılım gerçekleştirmiştir. Bu bağlamda haberle yorumu kalın çizgilerle birbirinden ayırmış, yorum için özel sayfalar açmıştır. Kültür-Sanat sayfalarının ise, sanat ve edebiyat alanındaki ideolojik kamplaşmaların yıkılması yolunda örnek bir tavır sergilediği söylenebilir.

246) <http://www.zaman.com.tr/webapp-tr/haber.do?haberno=447704>, Erişim: 06.11.2006, Zaman 20 Yaşında

247) a.g.k.

Zaman Gazetesi Feza Gazetecilik A.Ş. bünyesinde yer almaktadır. Yine Feza Gazetecilik A.Ş. içerisinde Today's Zaman, Aksiyon adlı bir haber dergisi, Cihan Haber Ajansı, Samanyolu TV, Samanyolu Haber TV, Mehtap TV, Ebru TV ve Burç FM bulunmaktadır.

B. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Ana akım medyayı temsilen seçilen iki yayın organından biri olan Hürriyet Gazetesi'nden gazetenin insan kaynakları biriminin yönlendirmesiyle, İnsan Kaynakları Editörü ve Haber Editörü Tarık Devrim, İstihbarat Servisi Şefi Celal Korkut ve Kültür Sanat Servisi Şefi İhsan Yılmaz ile, 17 Mart 2006, Cuma günü saat 13:30- 15:00 arasında, Hürriyet Gazetesi binasında (Güneşli/İstanbul), fikir gazetelerini temsilen Zaman Gazetesi'nden Genel Yayın Yönetmeni Ekrem Dumanlı'nın yetkili kıldığı Kültür Sanat Servisi Editörü Ali Çolak'la 17 Mart 2006, Cuma günü saat 17:15- 19:00 arasında Zaman Gazetesi binasında (Yenibosna/İstanbul) ve yine fikir gazetelerini temsilen Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara 18 Mart 2006, Pazar günü saat 17:15- 18:30 arasında Cumhuriyet Gazetesi binasında (Şişli/İstanbul) gerçekleştirilen yüz yüze derinlemesine görüşmelerde kendilerine uzman gazetecilik ile ilgili 13 adet soru sorulmuştur. Zaman Gazetesi'ni temsilen görüşme yapılan Ali Çolak, aynı zamanda kültür sanat servisi editörü olduğu için, kendisine kültür sanat haberciliğiyle de ilgili 13 adet soru yöneltmiştir. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara ise, Kültür Sanat Servisi Şefi Egemen Berköz ile bir araya gelinemediği için kültür sanat haberciliğiyle ilgili soruları da yanıtlamış; ayrıca Cumhuriyet Gazetesi Kültür Sanat Servisi muhabirlerinden Ayça Tezer ile telefonla irtibata geçilerek teyit alınmıştır. Ana akım medyayı temsilen seçilen diğer gazete Sabah Gazetesi'dir. Sabah Gazetesi yetkililerinden yüz yüze görüşmek üzere randevu alınmış olmasına rağmen, randevu son anda iptal edilmiştir. Sabah Gazetesi yetkililerine ulaşmak adına yoğun bir emek sarf edilmiş, sonunda Sabah Gazetesi'nde Genel Yayın Yönetmen Yardımcısı olarak görev yapan Doğan Satmış'a ulaşılarak gazetecilikte uzmanlaşma ile ilgili sorular

elektronik posta ile gönderilerek yanıt alınmıştır. Akabinde, Sabah Gazetesi'nin kültür sanat haberlerini yapan tek muhabiri Aslı Örnek ile irtibata geçilerek yine kültür sanat haberciliği ile ilgili sorular elektronik posta ile gönderilerek yanıt alınmıştır.

C. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Hürriyet Gazetesi'nde, Sabah Gazetesi'nde ve Zaman Gazetesi'nde uzman muhabirler görev yaparken, Cumhuriyet Gazetesi'nde 'Uzman Muhabir' diye bir ayırım bulunmamaktadır.

Hürriyet Gazetesi 2005 yılı itibariyle, 25- 30 yıl sonrasının Hürriyeti'ni önceden görebilmek için bazı düzenlemeler yapmaya başlamış, bu amaçla çeşitli konu başlıkları altında komiteler kurulmuştur. Bu komitelerden biri olan İnsan Kaynakları Komitesi'nin çalışmaları sonucunda, muhabirler; 2005 yılından itibaren genç muhabir, muhabir ve uzman muhabir olmak üzere üç kategoriye ayrılmaya başlamıştır. Hürriyet Gazetesi Yayın Grubu Görev Tanımları Kitapçığı'nda uzman muhabirin görev tanımı ve yetkileri şöyledir:1) Haberi toplamak, değerlendirmek ve yazmak 2) Gazetede yer alacak haberleri takip etmek 3) İlgili servis müdürüne; gelişen olaylar hakkında bilgi vermek 4) Röportaj, yazı dizisi ve özel haber üzerine araştırma yapmak 5) Genel kaliteyi ve verimliliği korumak ve arttırmak 6)İşle ilgili olarak bağlı olduğu yönetici tarafından verilen diğer görevleri yerine getirmek. Uzman muhabirin performans göstergeleri ise 1) Yayın ilkelerine uygunluk 2) Haber kalitesi 3) İş teslim zamanlaması 4) Haber kaynağının zenginliği ve kaynağa erişim hızı 5) Çıkan haber sayısı 6) Çıkarılan özel haberler 7) Sürmanşet/ 1. sayfa haberleri 8) Haber dili 9) Haberde öncülük ve yaratıcılık 10) Haber hazırlama hızı 11) Türkçe dil kullanımı Uzman muhabirin kişisel yetkinlikleri olarak da 1) Kurumsal kimlik özelliklerine uygun 2) Genel kültür sahibi ve bilgi birikimli olma (tarih, sanat, edebiyat) 3) Kendini geliştirme, değişime uyum sağlama ve çabuk öğrenme 4) Araştırmacı, sorgulayıcı, meraklı ve ilgili 5) İstikrarlı 6) Dikkatli, hafızası

kuvvetli 7) Stres ve belirsizlik altında çalışıp, öncelikleri tanımlayıp, zamana karşı çalışma 8) Kuvvetli iletişim yeteneği haber kaynaklarıyla sağlam ve düzeyli ilişkiler 9) Sabırlı ve soğukkanlı 10) Önyargısız, tarafsız ve eleştirilere açık 11) Takipçi 12) İnisiyatifi kullanabilme, çözüm üretebilme ve karar verme 13) Anlayışlı ve toleranslı olma sıralanmıştır. Hürriyet Gazetesi'nde, 42 uzman muhabir ve 11'i uzman foto muhabiri, 51 muhabir ve 6 foto muhabiri, 20 genç muhabir ve 1 genç foto muhabir olmak üzere toplam 131 kişi görev yapmaktadır. 42 uzman muhabirin 17'si İstanbul'da, 14'ü Ankara'da, diğerleri de Kıbrıs, İtalya, Rusya, Yunanistan, Fransa, İngiltere ve ABD'de görev yapmaktadır. 11 uzman foto muhabirinden 9'u İstanbul'da, 2'si Ankara'da çalışmaktadır. 51 muhabirin 47'si İstanbul'da, 4'ü Ankara'da; 6 foto muhabirinin 5'i İstanbul'da, 1'i Ankara'dadır. 20 genç muhabirin 18'i İstanbul'da, 2'si Ankara'da; 1 genç foto muhabiri de İstanbul'da görev yapmaktadır. Hürriyet Gazetesi haber servisleri, istihbarat servisi, ekonomi servisi, politika, magazin, kültür- sanat, spor, dış haberler ve ekleri hazırlayan bir servisten ibarettir. Dış Haberler Servisi'nde 9 uzman muhabir; Ekler Servisi'nde (Cumartesi, Pazar, Seyahat vs.)' 4 uzman muhabir/ 2 uzman foto muhabiri, 5 muhabir/ 2 foto muhabiri, 2 genç muhabir/ 1 genç foto muhabiri; Ekonomi Servisi'nde 2 uzman muhabir, 3 muhabir, 4 genç muhabir; Magazin Servisi'nde 2 uzman muhabir/ 1 uzman foto muhabiri, 8 muhabir, 3 genç muhabir; Spor Servis'nde 4 uzman muhabir/ 2 uzman foto muhabiri, 5 muhabir/ 1 foto muhabiri, 3 genç muhabir; Özel ve Sektörel İlaveler Servisi'nde 1 muhabir ve 1 genç muhabir, Haber Merkezi'nde 1 uzman muhabir; Fotoğraf Editörlüğü'nde ise 1 uzman foto muhabiri görev yapmaktadır. Kültür Sanat alanına ise 2 muhabir bakmaktadır. Doğan Haber Ajansı ise tüm dünyadan haber almak için yaklaşık 600 muhabirle çalışmaktadır. İncelemeye alınan ve alınmayan diğer tüm gazetelerde olduğu gibi, gün içerisinde şehirde olup bitenleri takip eden istihbarat servisleri en kalabalık servislerdir, ardından ekonomi ve spor servisleri gelmektedir. Örneğin Hürriyet Gazetesi İstanbul İstihbarat Servisi'nde 20 uzman muhabir/ 5 uzman foto muhabiri, 27 muhabir/ 3 foto muhabiri, 7 genç muhabir olmak üzere toplam 62 kişi görev yapmaktadır ve belediye, sağlık, polis adliye, politika, eğitim alanlarına bakmaktadırlar. Stajyer

olarak istihbarat servisine gelenler, basın toplantısından tutun da çatışmalara, gösterilere kadar her türlü habere gönderilerek belirli alanlarda gelişmeleri sağlanmaktadır. Gelecek vaat edenler ise genç muhabir olmaktadır. Hürriyet Gazetesi'nde 3 yılını bitiren genç muhabirler, doğrudan muhabir olarak değerlendirilmekte, uzman muhabir olmak için kurumda 10 yılını tamamlanmış olması gerekmektedir. Ancak Hürriyet Gazetesi'nde 10 yılını tamamlayan her muhabir de uzman muhabir olamamaktadır. 20 yıllık- 30 yıllık muhabirlerin Hürriyet Gazetesi'nde göreve başlamaları söz konusu olduğunda ise, kurumda değil meslekte geçen yıllar baz alınarak çalışacakları servis sorumlusunun onayıyla uzman muhabir sıfatıyla göreve başlamaktadırlar. 25 yıldır kuruma emek vermiş genel görev muhabiri de uzman muhabir kategorisine alınabilmektedir. Hürriyet Gazetesi'nde servisler, muhabir adı belirterek ya da belirtmeyerek muhabir talebinde bulunmaktadır. İsim belirtilmiş ise gazete yönetimi o muhabiri transfer etmektedir. Bazen de ilan yoluyla iş alımı gerçekleştirilmektedir. 2005 yılında, ilana çıkarak 4 genç muhabir, ekonomi servisinde çalıştırılmak üzere sınavla işe alınmıştır. Başvuruda iletişim fakültesi mezunu olma koşulu aranmamıştır. İşe alınan 4 genç muhabirin biri iletişim, biri siyasal bilgiler, 2'si de iktisat fakültesi mezunudur. Yaklaşık 1200 kişi başvurmuştur. Adaylar önce bıraktıkları öz geçmişleri üzerinden elenerek sayı 200' e indirilmiş ve bu 200 aday sınava çağırılmıştır. Adaylar yazılı ve çoktan seçmeli bir test sınavına tabi tutulmuş, çoktan seçmeli sınavda genel kültür ve ekonomi soruları sorulmuştur. Başarılı olan 20 kişi mülakata alınmıştır. Sınav komisyonu insan kaynakları editörü, insan kaynakları uzmanı, ilgili servisin müdürü ve haber koordinatöründen oluşmaktadır. Yazılı olarak da adaylardan serbest yazı ve verilen doneleri bir araya getirerek haber yazmaları istenmiştir. Anlaşılabacağı üzere Hürriyet Gazetesi yönetimi, gazeteciliği doktorluk, avukatlık, öğretmenlik gibi bir meslek olarak görmemekte; farklı bir alanda lisans diploması alınıp üzerine gazetecilik pratiği de kazandırılarak gazeteci olunabilmektedir. Muhabir adayının lisans eğitimi, İktisat Fakültesi mezunu örneğinde görüldüğü gibi, gazetecilik dışındaki farklı bir alandan ise, genel kültür düzeyi yüksek, haberin ne olduğunu ve haber yazmayı bilen, duygu ve düşüncelerini serbest bir

teknikle ifade etme yeteneğine sahip muhabir adayı doğrudan ilgili servise yerleştirilmektedir. Hürriyet Gazetesi'nde stajyer olarak göreve başlayan İletişim Fakültesi mezunu bir muhabir adayı ise, ilk olarak istihbarat servisine alınmakta, istihbarat servisi sorumlusunun yönlendirmesiyle, farklı türden haberlere gönderilmekte, ancak gelecek vaat edenler 'genç muhabir' olmaktadır. Genç muhabirin ise, önce muhabir sıfatını alması yani kurumda 3 yılın tamamlanmış olması gerekmektedir. Muhabir bu süre zarfında belli bir alana yönelerek- ki alan seçimi İstihbarat Servisi Sorumlusu'nun önerisi ve muhabirin ilgisi doğrultusunda olmaktadır- uzmanlaşma için gereken ilk adımı atmış olmaktadır. Hürriyet Gazetesi'nde belirli bir alanda 10 yıl süreyle çalışmak, 'uzman muhabir' sıfatını almak için bir ön koşuldur. Anlaşılabacağı üzere, habercilikte belirli bir alanda uzman konumuna gelebilmenin bir ön koşulu olarak aranan 10 yıl şartı, tecrübeye yani gazetecilikte uzman olma durumuna da işaret etmektedir. Üstelik Hürriyet Gazetesi, kurumda 10 yılını dolduran her muhabire de 'uzman muhabir' statüsünü vermemektedir. Sabah Gazetesi temsilcisine göre 'uzman muhabir'in tanımı, belli bir alanda uzmanlaşmış muhabirdir. Sabah Gazetesi'nde Dış Haberler Servisi'nde 3; Ekonomi Servisi'nde 9; Magazin Servisi'nde 6; Spor Servisi'nde 8; Hafta Sonu Ekleri'nde 4; Haber Merkezi'nde 7; Günaydın Eki'nde 3; İstanbul Yazı İşleri'nde 3; Ankara Yazı İşleri'nde 33; Adana Yazı İşleri'nde 9; Antalya Yazı İşleri'nde 7 olmak üzere 92 muhabir görev yapmaktadır. Merkez Haber Ajansı'nda ise İstihbarat Servisi'nde 15; Polis İstihbarat'ta 9; Adliye İstihbarat'ta 7; Diyarbakır Yurt Haberler'de 3, Trabzon/ Yurt Haberler'de 2; İzmir'de 2; Edirne, Erzurum, Konya, Kahramanmaraş, Samsun, Van Yurt Haberler' de birer kişi olmak üzere toplam 42 kişi görev yapmaktadır. Merkez Haber Ajansı, Sabah ve Takvim Gazetelerine haber kaynağı sağlamakta olup, bu gazetelerle koordineli çalışmaktadırlar. Bunların dışında Türkiye genelinde görev yapan, yaptıkları haber karşılığında bedel almakta olan 60'a yakın muhabir Sabah Gazetesi için çalışmaktadır. Sabah Gazetesi'nde ekonomi muhabirleri, spor- ki her futbol takımı için tek bir muhabir istihdam edilmektedir- , yurtdışı muhabirleri, adliye muhabirleri, polis muhabirleri, Ankara'da Başbakanlık muhabiri, bakanlıkların ayrı ayrı muhabirleri, siyasi parti muhabirleri vs. bulunmaktadır. Sabah

Gazetesi'nde uzmanlaşma, belli bir alanda uzun yıllar görev yaparak olmaktadır. Akademik anlamda gazetecilik eğitimi almanın önemli olduğunu ifade eden Sabah Gazetesi temsilcisi, aslonanın 'gazetecilik refleksi' olduğuna işaret etmektedir. "Her olayda bir 'haber' görmek, her olayın 'haber' olacak yönüyle ilgilenmek, öncelikle bunu sezmek, dikkatini buna yoğunlaştırmak" olarak tanımlanabilecek 'gazetecilik refleksi' adeta bir içgüdüdür. Sabah Gazetesi temsilcisi Doğan Satmış, 'düz gazetecilik/ uzman gazetecilik' ayrımının çok da önemli olmadığını, asıl konunun haberin olduğu gibi, abartısız, gerçek bir şekilde aktarılması olduğunu söylemektedir. Uzman muhabirin avantajının, konuya hakim olması nedeniyle olayı daha iyi aktarmak olacağının altını çizmektedir. Sabah Gazetesi yetkilisi, işe alımlarda, alana özel bir eğitim almış olmanın genellikle gerektiğini ancak bunun bir zorunluluk olmadığını belirterek, muhabirin zaman içerisinde farklı konularda uzmanlaşabildiğini ifade etmektedir.

Zaman Gazetesi'nde de, Hürriyet Gazetesi' ne benzer bir şekilde, stajyer muhabir, muhabir ve uzman muhabir diye bir ayrım söz konusudur. Zaman Gazetesi'nde Ekonomi Servisi'nde 7, Dış Haberler Servisi'nde 4'ü yurt içinde 4'ü de yurt dışında görev yapan 8 muhabir, Spor Servisi'nde 7, İç Haberler'de 1, Kültür Sanat Servisi'nde 4 kişi, Ekler Servisi'nde (Turkuaz, Ailem, Cumaertesi, Sporvizyon)16 muhabir ve yine bu servise bağlı 11 foto muhabiri, 1'i Aksiyon adlı haber dergisinin Ankara şubesinde olmak üzere Aksiyon Dergisi'nde 16 muhabir, İstanbul İstihbarat Servisi'nde 25, Ankara İstihbarat Servisi'nde 20, Ankara'da 11 muhabir ve 2 foto muhabiri, İstanbul'da 8 muhabir, İzmir'de 19, Gaziantep, Erzurum, Adana'da 8'er muhabir, Konya ve Samsun'da 5'er muhabir, Antalya'da 4 muhabir ve Today's Zaman'da 1 muhabir olmak üzere toplam 196 muhabir görev yapmaktadır. Zaman Gazetesi her yılın sonunda ilan yoluyla çeşitli üniversitelerden mezun olanları stajyer olarak almakta ve stajyerler 1 hafta 10 günlük bir seminerden geçirilerek bir sınava tabi tutulmaktadır. Sınavı geçen stajyerlerin bir kısmı mesleği icra ederken, mesleğin zorluklarıyla yüzleştiklerinde bu işi yapamayacaklarını anlayıp Zaman Gazetesi yetkilisi Ali Çolak'ın ifadesiyle 'kaçmaktadırlar'. Kalan stajyerler, mizaçlarına, birikimlerine göre

alanlarını seçmektedirler ki zaten hangi alanı istediklerini ilk başvurularında belirtmiş durumdadırlar. En az 1 - 1.5 yıl haber merkezinde isimsiz, stajyer muhabir olarak çalışıp akabinde servislere dağıtılmaktadırlar. Bu birimlerde de 1 sene stajyer olarak, 5- 10 yıllık muhabirlerin yanında çalışmaktadırlar. Sonra muhabir sıfatını almakta ve alanlarında mesleklerini icra ederken uzmanlaşarak yıllar sonra uzman muhabir mertebesine erişmektedirler. Anlaşılabacağı üzere Zaman Gazetesi de, Hürriyet Gazetesi örneğinde olduğu gibi, stajyer muhabiri muhabir konumuna getirmek için 2.5- 3 yıllık bir süreye ihtiyaç olduğunu düşünmekte ve stajyer muhabirin lisans eğitimi her ne olursa olsun, muhabir konumuna gelebilmesi için, kurum içerisinde usta-çırak ilişkisini devreye sokarak, tecrübeli muhabirlerin kılavuzluğundan yararlanmaktadır ki bu da bir nevi kurum içi eğitimidir. Muhabir sıfatını alan kişi ise, seçtiği alanda mesleğini icra ederken uzmanlaşmakta ve uzman muhabir konumuna gelmektedir. Zaman Gazetesi temsilcisi, uzman haberciliğin önemine işaret ederek, son yıllarda internetin etkin olarak hızla hayatımıza girmesiyle birlikte haberin, çok kısa sürede yayılır ve kullanılır hale geldiğini, internet siteleriyle çok sayıda TV kanalının eskitmediği taze haberleri, ertesi güne taşıma görevini uzman muhabirlerin yerine getirdiğini söylemektedir. Zaman Gazetesi yetkilisi, Batı'da 70 yaşında aktif muhabirlerin bulunduğunu, ülkemizde ise 30 yaşına gelen muhabirin köşe edinme derdine düştüğünün altını çizmektedir. Zaman Gazetesi yönetimi de gazeteciliği doktorluk, avukatlık, öğretmenlik gibi bir meslek olarak görmemektedir. Onlara göre, farklı bir alanda lisans diploması alınıp üzerine gazetecilik pratiği inşa edilerek gazeteci olunabilmektedir. Zaman Gazetesi temsilcisi son yıllarda tercih edilen bu yolun, gazeteciliğin geleceği açısından, daha iyi olduğuna işaret etmektedir. Çok başarılı gazeteciler arasında hukukçuların ağırlıkta olduğunu söyleyen Ali Çolak, bir alanda eğitim görüp, gazeteciliği bunun üzerine yapılandırmanın, 'muhabirin algı kanallarının daha açık olmasını sağladığını, hayata pozitif bakarak toplumla daha barışık olmayı getirdiğini' söylemektedir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise 'uzman muhabir' diye bir ayrım yoktur, somut bir biçimde servis düzeyinde uzmanlaşmanın olduğu ifade edilmektedir. Uzmanlaşma bireysel düzeyde değil, spor, kültür- sanat,

ekonomi vs. servis düzeyine yaygınlaşmıştır. Cumhuriyet Gazetesi'nde 6 kişi Dış Haberler Servisi'nde; Ekonomi Servisi'nde 7; Spor Servisi'nde 5; Kültür Sanat Servisi'nde 4; İstihbarat Servisi'nde 11; Haber Merkezi'nde 7; 3 yurt muhabiri; Pazar Dergi'de 5; Bilim Teknik Eki'nde 2; Kitap Eki'nde 2 kişi; 3 foto muhabiri; 4 serbest muhabir; Ankara Yazı İşleri'nde 12; İzmir Yazı İşleri'nde 8; Adana Büro'da 3; Antalya Büro'da ise 1 kişi olmak üzere toplam 83 kişi görev yapmaktadır. Ayrıca İstanbul'da görev yapan 3 Yazı İşleri yöneticisi; 15 sekreter; 4 yazar, 3 çizgi ve 4 grafiker bulunmaktadır. Cumhuriyet Gazetesi'nde uzmanlaşma servis düzeyindedir. Yani ekonomi uzmanı değil ekonomi servisi vardır; dolayısıyla bu serviste görev yapan 7 muhabir de uzmandır. Ekonomi servisindeki muhabirler, ekonomi eğitimi almış kişilerden seçilmektedir. Cumhuriyet Gazetesi yönetimi, sadece genel kültür birikimi ile yapılan haberciliğin okurların ihtiyaçlarını karşılamadığına inanmakta ve bu yüzden işe alımlarda ilgili servise uygun diplomalar aramaktadır. Uzmanlığın da gittikçe ilerleyen, genişleyen ve derinleşen bir kavram olduğunu düşünmektedirler. Muhabirliğin kendisinin zaten uzmanlığa kaydığını, örneğin belediye muhabiri olmak için, 4 yıllık üniversite eğitiminin ardından, iyi bir belediye muhabiri olmak için 5 yıl daha habercilik yapmak gerektiğini vurgulamaktalar. Cumhuriyet Gazetesi yöneticisi, Hürriyet, Sabah ve Zaman Gazetesi'nin aksine gazeteciliğin kendisinin bir uzmanlık alanı olduğunu söylemekte ancak İletişim Fakültesi'nden yeni mezun birinin alanıyla ilgili 'iş' yapmaya başlayabilmesi için 5 yılın geçmesi gerektiğini ifade etmekte, bu noktada Sabah, Hürriyet ve Zaman Gazetesi'yle birleşmektedir. Cumhuriyet Gazetesi İstanbul Bürosu her yıl 30 stajyer almakta ve bunları izlemektedir. İlgili servis şeflerinden olumlu referanslar alanlardan bir ay daha kalmaları istenerek akabinde ücret ödenmeye başlanmaktadır. Yeni mezun birinin alanıyla ilgili iş yapmaya başlayabilmesi için gereken bu beş yıllık süre zarfında, muhabirle önce kıdemli muhabirler, sonra şefi ilgilenmektedir. Zaman Gazetesi'nde olduğu gibi, kurum içerisinde, usta- çırak ilişkisi çerçevesinde bir eğitim verilmektedir. Örneğin bir polis- adliye muhabiri, tüm emniyet müdürlerini, yardımcılarını, daire başkanlarını biliyor, tanıyor olmalıdır ve 5 yıl boyunca her gün emniyet müdürlüğüne gidip gelmelidir. Bir

olayın tüm aşamalarını, geçmişini anlatılabilecek durumda olmalıdır. Hem bilgi birikimi tam olmalı, hem ilişkiler kuvvetli olmalı. Ve tabii ki bunu düzgün biçimde anlatma yeteneğine sahip olunmalıdır. Cumhuriyet Gazetesi'nde bir diğer işe alma yöntemi ise, transfer etmektir. Hürriyet Gazetesi'nde de bu yöntem uygulanmakta ve transfer edilen muhabirler, belirli bir alanda uzmanlaşmış, marka haline gelmiş muhabirlerden seçilmektedir. Uzmanlaşma süreci uzun yıllar alan bir muhabire yatırım yapmaktan ve yüksek ücretler ödeyerek çok sayıda uzman muhabir çalıştırmaktan yana olmayan ülkemizdeki gazete yönetimleri, bu tutumlarını sektörde yaşanan bu tür transfer olaylarıyla gerekçelendirmektedirler. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdür Hakan Kara, "Ekonomi profesörü olabilirsiniz, ancak ekonomi muhabirliği yapamazsınız" diyerek, bir süre önce Fransa'da yayınlanan 'Dünyanın En Güzel Öyküsü' adlı, en çok satan kitaplar listesinin başında yer alan bir kitaptan söz açmıştır. Evrenin, dünyanın, canlıların oluşumu ve insanlık tarihini anlatan bu kitap, bir gazetecinin dünyaca ünlü üç bilim adamıyla yaptığı röportajlardan oluşmaktadır. Bu bilim adamlarının kendilerinin kaleme aldıkları kitaplar satmazken, Simon Simone adında bir gazetecinin yazdığı bu kitap en çok satan kitaplar listesinde başı çekmiştir. Bilim adamlarının yazdıkları kitaplar halk için anlaşılır olmazken, gazeteci sokaktaki vatandaşın merak ettiği soruları yöneltip yanıt bulduğu için ve anlaşılır bir dille kaleme aldığı için kitap çok satmıştır.

Hürriyet Gazetesi'nde eğitim, sağlık, polis, adliye, hava alanı muhabirliği, ekonomi -ki kendi içerisinde borsa, finans diye ayrılır- magazin, spor ki o da amatör sporlar ve futbol diye ayrılıyor, dış haberler, kültür- sanat, politika, belediye gibi uzmanlık alanları bulunmaktadır. Ekleri yapan servis bir anlamda araştırmacı gazetecilik yapmakta, bir konuyu derinlemesine inceleyebilmektedir. Uzmanlık alanları öncelikle gazetenin ihtiyaçlarına göre, personelin arz talep eğilimine göre, isteğine göre belirlenmektedir. Yeni alanların açılma kararını gazete üst yönetimi vermektedir. Hürriyet Gazetesi'nde önceden iki istihbarat servisi bulunmaktaydı. Biri, şehir haberlerini yani politika, sağlık, eğitim gibi sosyal konuları takip ederken, diğeri polis ve adliyeye bakmaktaydı. Bu iki servis

arasında kopukluk olduğu düşünöldüğünden servisler birleştirilmiştir ve istihbarat servisi Mart 2006 itibariyle foto muhabirleri de dahil olmak üzere 62 kişiden oluşmaktadır. Hürriyet Gazetesi yetkilisi Tarık Devrim, günümüzde artık, toplumsal hassasiyetler doğrultusunda yeni yeni uzmanlık alanlarının ortaya çıktığını, kadın sayfalarının ve çevre haberciliğinin buna örnek teşkil ettiğini, bazen de medya öncölük rolü üstlenerek yeni alanlar oluşturabildiğini söylemektedir. Sabah Gazetesi'nde de Hürriyet Gazetesi'nde olduğu gibi, geçmişten gelen uzmanlık alanları bulunmaktadır. Son günlerde buna 'İnternet ve İletişim Teknolojileri' alanı da eklenmiş olup, ilgi duyan muhabirler, bu yeni alana yönelmeye başlamıştır.

Zaman Gazetesi'nde, gündelik hayatın ekonomi ile iç içeliğinden dolayı ekonomi diğör tüm gazetelerde olduğu gibi başlıca uzmanlık alanıdır ve gazetede en çok sayfa ayrılan alandır. Borsa, yaşayan ekonomi de ekonominin alt birimleridir. Yine ekonominin içinde enerji muhabirliği bulunmaktadır ve bu yeni bir alandır. Uluslararası enerji kanallarını, dünyadaki enerji açıklarının nereye gittiğini, yeni enerji kaynaklarını bilen 10 yıllık gazetecilik tecrübesi olan ve özellikle bu alanda çalışan bir uzman muhabir bulunmaktadır. Bir otomotiv muhabirleri vardır. Trendlere göre, üretime göre, ihracata göre oluşan bir alandır otomotiv. Dış haberler ve içerisinde diplomasi, politika, iç haberler (istihbarat), kültür- sanat, istihbaratın içerisinde sağlık, eğitim, Ankara temsilciliği adı altında parlamento, cumhurbaşkanlığı ve her bakanlığa gönderilen birer muhabir bulunmaktadır. Çevre, iletişim teknolojileri adında alanlar da vardır. Zaman Gazetesi kendini düşünce gazetesi olarak tanımladığı için magazin diye bir alan yoktur. Magazine yönelik haberler TV sayfasında, çıta yükseldikçe magazini aşmışsa kültür sanat sayfasında ve cumaertesi, pazar eklerinde değerlendirilmektedir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise, daha önce ifade edildiği üzere 'uzman muhabir' diye bir kavram yoktur, somut uzmanlaşma söz konusudur. Uzmanlaşma bireysel düzeyde değil, spor, kültür- sanat, ekonomi vs. servis düzeyine yaygınlaşmıştır. Görüleceği üzere, yeni alanlar, toplumun hassasiyet gösterip talep etmesi, çağın gerekleri- internet ve iletişim

teknolojisinde dünyada yaşanan gelişmelerin sonucu-, Zaman Gazetesi'ndeki enerji muhabirliği örneğinde olduğu gibi ülkemiz için önem arz etmesi, gazetelerin öncülük etmesi, muhabirlerin ilgi göstererek bir alana yönelmesi gibi nedenlerle açılmaktadır.

Hürriyet Gazetesi İnsan Kaynakları Editörü Tarık Devrim, uzman muhabirlerin mali külfet getirdiğine işaret etmektedir. Hürriyet Gazetesi'nde bir genç muhabir aylık net 800 YTL alırken; muhabirler net 1000 YTL almaktadır. Uzman muhabirler ise ayda minimum 1500 YTL almaktadırlar. Hürriyet Gazetesi'nde 2005 yılından itibaren muhabirlerin performansları da değerlendirilmeye başlanmıştır. Belli bir oranda herkese zam yapılmış, ancak performanslarına bakılarak muhabirlerin ücretlerinde artı zamlar yapılmıştır. Hürriyet Gazetesi'nde performans, 360 derece yöntemiyle değerlendirilmektedir. Muhabirin üstü, kendisi, paralel pozisyonundaki muhabir, varsa astı bu değerlendirmeyi yapmaktadır. Hürriyet Gazetesi'nde motivasyon unsuru olarak ödül sistemi vardır. Hürriyet Gazetesi'ndeki ödül mekanizması içerisinde, en iyi haber, en iyi fotoğraf, en iyi başlık, en iyi röportaj, en iyi ekip çalışması gibi belli kategoriler oluşturulmuştur. Her ay, ana gazete ve eklere bakarak, bu kategorilerdeki en iyiler belirlenmekte ve para ile ödüllendirilmektedir. Sabah Gazetesi yetkilisi, ücretlerle ilgili bir açıklama yapmazken, zaten tecrübeli olan, yani gazetecilikte uzman olan, belirli bir alana bakan uzman muhabirlerin diğerlerine göre daha iyi ücret aldıklarının altını çizmektedir. Sabah Gazetesi'nde ücretler 500 YTL ile 3200 YTL arasında değişmektedir. Sabah Gazetesi'nde görev yapan 92 muhabir ve Merkez Haber Ajansı'nda görev yapan 42 muhabir olmak üzere toplam 134 muhabirin eline geçen net ücretleri değerlendirdiğimizde, 500 ile 999 YTL arasında net maaş alan 43 kişi, 1000 ile 1999 YTL arasında net maaş alan 74 kişi, 2000 ile 3200 YTL arasında maaş alan 17 kişi olduğu görülmektedir. 2000 ile 3200 YTL arasında maaş alan 17 muhabirin 6'sı Ekonomi, 5'i Spor servisinde, 3'ü Ankara/Yazı İşleri'nde, 1'i Günaydın ekinde, 1'i İstanbul/Haber Merkezi'nde, 1'i Sabah Avrupa'da görev yapmaktadır. Sabah Gazetesi'nde habere prim uygulaması da mevcuttur.

Zaman Gazetesi'nde ise bir muhabir 1000 YTL civarında maaş alırken, uzman muhabir 2000 YTL, editörler ise 2000 YTL' nin üstünde maaş almaktadır. Zaman Gazetesi'nde de habere prim verilmektedir. Bu bağlamda, 1 ayda 3 manşete imza atan yada birinci sayfadan 5 haberi giren muhabire prim verilmektedir. Veyahut Türkiye'nin gündemini değiştirecek özel bir haber yakalayan bir muhabir bu başarısının karşılığında ödüllendirilerek hemen 1 maaş ikramiye verilmektedir. Haber kaynakları bu tip haberleri çaylaklara vermezler yada çaylak bir muhabirin bu tip haberlere ulaşması zaten mümkün değildir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise net 600 YTL ile işe başlanmaktadır. Cumhuriyet Gazetesi'nde eskiden habere prim verilirken, haberin değerlendirilmesinde öznellik söz konusu olduğu için sağlıklı bir yöntem olarak kabul edilip bu uygulamadan vazgeçilmiştir; ancak sağlıklı işleyen, doğru bir yöntem aranmaktadır.

Gerek Hürriyet Gazetesi'nde gerekse Zaman Gazetesi'nde bu başarılarla genelde uzman muhabirlerin imza attığı ifade edilmiştir. Bu yanıt, habercilikte mükemmelliğe ulaşmanın yolunun, uzman habercilikten geçtiği yönündeki tezimizi doğrular niteliktedir.

Hürriyet Gazetesi sadece muhabirlerine değil yöneticilerine de eğitim vermektedir. 2005 yılından itibaren, bölge haberciliğine ağırlık verme düşüncesiyle, Hürriyet Gazetesi'nin matbaalarının bulunduğu yerlerden -ki bunlar İzmir, Antalya, Adana ve yakın olduğu için Bursa'dır- birer hafta süreyle dörder muhabir gelerek, hizmet içi eğitime tabi tutulmaya başlanmıştır. Ayrıca, Doğan Yayın Holding, kurum içerisinde oluşturduğu iki derslikli eğitim merkezinde çeşitli seminerler vermektedir. 2006 Ocak- Nisan Dönemi'nde; Yönetici Destek Programı(Yüksek Motivasyonlu Takımlar Oluşturma- Kişisel Performans ve Zaman Yönetimi), Sunuş Teknikleri Eğitimi, Yaratıcı Düşünme ve Problem Çözme, Karar Verme Eğitimi, Zaman Yönetimi Eğitimi, Profesyonel Sekreterlik Eğitimi, Performans Değerlendirme Görüşmelerine Etkinlik Kazandırma Eğitimi,

Eğiticinin Eğitimi, Türk Dilini Doğru ve Etkin Kullanma Eğitimi, Genel İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi, Acil Durum Eğitimi, Tüketicuyu Koruma Hukuku Eğitimi, İşyerlerinde İş Kanunu Uygulamaları, Marka Yönetimi Eğitimi, Medya Planlama Eğitimi, Medyada Kullanılan Veri Kaynakları Eğitimi konularında seminerler verilmiştir. Sabah Gazetesi'nde de, görüşme yapılan diğer gazetelerde olduğu gibi, genel gazetecilik uygulamalarına yönelik nadiren de olsa bir eğitim verilmektedir.

Zaman Gazetesi'nde her yılın sonunda ilan yoluyla çeşitli üniversitelerden mezun olanlar stajyer olarak alınmakta ve stajyerler 1 hafta 10 günlük bir seminerden geçirilerek bir sınava tabi tutulmaktadır. Yani ilk eğitim bu şekilde verilmektedir. Ayrıca Boğaziçi Üniversitesi ile Basın Konseyi birlikteliğinde düzenlenen programda olduğu gibi, genç gazetecilere eğitim verilerek bu süreci başarıyla geçenleri yurt dışındaki gazetelere ve uluslararası ajanslara staja göndermeyi planladıklarını, dil bilen muhabirlerini yurt dışına gönderip, 6 aylık değişim programları çerçevesinde gazetecilik eğitimlerine tabi tutmayı istediklerini söylemektedir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise zaman zaman meslek içi eğitimler verilmektedir. Bazen uzmanlar getirilmekte bazen de gazete içerisinde belli alanlarda uzmanlaşmış kişilere konferanslar verdirilmektedir. Özellikle dil uzmanlarına bu konuda, bir dizi konferans verdirdiklerini ifade eden Haber Müdürü Hakan Kara, Avrupa'daki gazetelerde iyi programlanmış, yoğun, hiç durmayan eğitimler verilirken, Cumhuriyet Gazetesi'nde bu sayının yılda 2- 3'ü geçmediğini söylemektedir. Bunun yanı sıra, gerek Zaman Gazetesi'nde gerekse Cumhuriyet Gazetesi'ndeki muhabirlerin, kendilerinden tecrübeli, mesleğe yıllarını vermiş olan muhabirlerin yanında, usta- çırak ilişkisi çerçevesinde birlikte hareket etmeleri, ustaların gözetiminde olmaları da bir nevi meslek içi eğitimidir. Görüşme yapılan dört gazetede de, uzmanlık alanlarına yönelik özel bir eğitim verilmemekte; belli bir alanda uzmanlaşmaya çalışan muhabirler, eğitim merkezlerine, sertifika programlarına yönlendirilmemektedir. Gazetelerde verilen kısa dönemli sınırlı sayıdaki eğitim, gazeteciliğe yöneliktir. Anlaşılabacağı üzere, muhabirin öneminin azaldığı bir dönemde, muhabirin eğitimi de

önemsenmemektedir. Yapılan görüşmelerde, gazetelerin ilgili servislerinin ihtiyaçları doğrultusunda yapılan işe alımlarda, alanla örtüşen, gazetecilik dışında bir lisans diplomasına sahip olanların tercih edildiği ifade edilmiştir. Alan bilgisi olan bir muhabir adayının, sadece gazeteciliğe yönelik bir eğitimden geçirilmesi yeterli olabilecekken, bir alana yönelerek o alanda uzmanlaşmaya çalışan muhabire, alana yönelik yoğun bir eğitimin kurum içerisinde yada kurum dışında verilmesi gerekmektedir.

Uzman muhabirler, Hürriyet, Sabah ve Zaman Gazeteleri'nde prensip olarak alanları dışındaki haberlere gönderilmemektedirler. Muhabir azlığı durumunda kendilerinden rica edilmek suretiyle, başka işlere de gitmektedirler. Zaman Gazetesi temsilcisi Ali Çolak, birbiriyle ilintili alanlar söz konusu ise, bunun mümkün olduğunu ifade etmektedir. Örneğin, bilgi teknolojileri ve iletişim birbirine yakın alanlardır. Bu yaz Türkiye'de cep telefonlarının büyük bir kısmının kaçak olduğu ortaya çıkınca bu haberi de iletişim muhabiri yapmıştır. İletişim muhabirinin alanı genişlemiştir. Cumhuriyet Gazetesi'nde ise, böyle bir şey yapılıyorsa bunun bir amacı vardır. Kültür sanat servisinden bir kadın muhabir bir futbol maçına gönderilmekte, o yazıya kadın gözüyle yada kültür gözüyle diye bir anlam yüklenmektedir. Başka biri meseleye baktığında ne görüyor? Okur da bu sayede, uzman birinin değil de, bir kadının, farklı bir alandaki kişinin gözlemini okuma imkanı bulmaktadır.

Hürriyet Gazetesi temsilcisine, iletişim fakültesi mezunlarını nasıl bulduğu sorulduğunda, iletişim fakülteleri gerçek dünyadan kopuk mu acaba? diyerek soruya soru ile yanıt vermiştir. Tarık Devrim, kişisel fikrinin gazeteciliğin yaparken öğrenilen bir meslek olduğu yönünde olduğunu söyleyerek, yeni mezun bir tıp doktorunun göreve başladığında yaşadığı sıkıntının iletişim fakültesi mezunu bir muhabirden çok daha az olduğu iddiasındadır. Onların mesleki kriterlerinin daha somut olduğunu söyleyen Devrim, gazeteciğin biraz da el yordamıyla yapılan bir iş olduğunu düşünmektedir. Alaylı olmayı da önermeyen Devrim, mektepli olmanın şart olduğunu belirtmekte. Üçüncü sınıftan dördüncü

sınıfa geçen iletişim fakültesi gazetecilik bölümü öğrencilerinin yaz döneminde 1 aylık mecburi stajları olduğuna işaret eden Hürriyet Gazetesi İstihbarat Servisi Müdürü Celal Korkut, bu öğrencilerin ne doğru dürüst haber yazmayı bildiklerini ne de konularına hakim olduklarına dikkat çekmektedir. Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu mezunu olan Celal Korkut, okulun kendilerine bir şey vermediği düşüncesiyle birinci sınıftan itibaren çalışmaya başladığını, yani hem alaylı hem okullu olduğunu ifade etmektedir. Mesleki derslerin daha fazla olması gerektiğine inanmakta, uygulamaların ise okul içerisinde değil, gazetelerde yapılmasını önermektedir. Tıpkı Aydın Doğan Anadolu İletişim Meslek Lisesi son sınıf öğrencilerinin, ders programları kapsamında, haftanın üç günü Hürriyet Gazetesi'nin farklı servislerine gelerek eğitim almaları gibi. Sabah Gazetesi temsilcisi, gereğinden fazla iletişim fakültesi olduğu gayet açık diyerek, gazetecilik mesleğinin mezun olur olmaz yapılabilecek bir meslek olmadığını, pratikten sonra sonuç veren bir meslek olduğunun altını çizmekte, diğer üç gazetenin temsilcisiyle aynı görüşü paylaşmaktadır.

Zaman Gazetesi temsilcisi ise, iletişim fakültelerini en güçlü, en bereketli kaynak olarak gördüklerini söylemektedir. Ancak bu fakültelerden asla, yetişmiş eleman gelmediğinin altını çizmektedir. Sadece mesleğin ana satırbaşlarını ezberleyerek gelen, okuma birikimleri olmayan mezunlara önce, 'Öğrendiğiniz her şeyi unutun!' diyerek söze başladıklarını ifade etmektedir. İletişim fakültelerinin hayattan kopuk ve gazetelerin gerçekliğiyle örtüşmediğini belirten Çolak, iletişim fakültelerinin basınla dirsek teması içinde olmaları gerektiğini vurgulamaktadır. Özel üniversitelerin bunu bir parça aşmaya başladığını anlatan Çolak, Türkiye'nin en ünlü röportajcılarında birisi olan Nuriye Akman'ın Bahçeşehir Üniversitesi'nde yıl boyunca 'Röportaj Teknikleri' dersi verdiğini söyleyerek tezini örneklemektedir. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara, iletişim fakültelerinin ders programlarının, hem çok yönlü olması hem de uzmanlaşmaya yönelik olması gerektiğini söylemektedir. Hakan Kara, iletişim fakültelerindeki eğitimi geçmişe göre daha iyi bulmaktadır çünkü, özellikle vakıf üniversitelerinde, pratiği bilen teorik alt yapısı güçlü olan gazete

yöneticilerinin ve gazetecilerin ders vermeye başladığını ifade etmektedir. Türkiye’deki siyasi yönetimlerin hep bir illüzyon ortaya koyduğunu söyleyen Kara, “Her zaman bir enerjiden bahsedilmektedir. Türkiye için enerji ‘genç kuşaklar’dır. Ancak, bir vizyonunuz olması gerekmektedir. Geleceğe yönelik bir hedef varsa, enerji anlamlıdır. Vizyon yoksa, enerji tehlikeli hale gelmektedir. Gençlere yol gösterilmediği için, hedef konulamadığı için, enerjinizi boşaltmak için spor yapın diyorlar. 5 yıllık kalkınma planlarında der ki, ben bakarım, Türkiye’de 60 bin ziraat mühendisi fazlası der, bir sonraki planda bu sayı 90 bine çıkar. 1500 bilgisayar mühendisi açığı var der, bu sayı 12 bine çıkar. Bu gençler doğru bir biçimde kanalize edilemediği için, sorun oluyor. Çok sayıdaki iletişim fakültesi her yıl yüzlerce mezun vermektedir. Piyasadaki işsiz gazetecileri de gören öğrenciler, okula girdikleri ilk günlerde ben zaten gazeteci olamayacağım diye düşünmektedir. Motivasyonları kırılan bu öğrenciler sadece fakülteyi bitirme derdine düşmektedir” demektedir. Anlaşılacağı üzere, iletişim fakültelerinde verilen eğitim piyasanın ihtiyacını karşılamamaktadır. Zaten görüşme yapılan bu dört gazetenin temsilcisi, gazeteciliği ‘yaparak öğrenilen bir iş’ olarak nitelendirmekte, muhabir adayının muhabir konumuna gelmesi için 2-3 yıl geçmesi gerektiğine inanmaktadırlar. Dolayısıyla, sektör temsilcileri tarafından sektörün gerçekleriyle örtüşmediği iddia edilen iletişim fakültelerinde verilen eğitimin kalitesi, çok da önem arz etmemekte, sadece muhabir adayının mesleği öğrenme sürecinde işini kolaylaştırmakta ya da zorlaştırmaktadır. Bu türden iddialara ve şikayetlere sahip gazete yönetimlerinin, bünyelerinde istihdam ettirecekleri ya da ettirdikleri muhabirlere yönelik yoğun, geniş kapsamlı, uzun vadeli bir eğitim vermiyor olmaları da ayrı bir tartışma konusudur. Önceki bölümlerde de ifade edildiği gibi, gazetecilik eğitiminde çok yönlülük ile uzmanlaşma arasında bir denge sağlanmalıdır. Zaten bugün pek çok fakülte ders programlarını uzmanlık alanlarına yönelik derslerle zenginleştirmektedir.

Medyaya güvenle ilgili yapılan araştırmalar, “Türkiye’de medyaya güvenenlerin oranının yüzde 27 olduğunu ortaya koymaktadır. Avustralya’da gazetecilere yüzde 7’lik güven oranıyla emlakçılardan bile daha az

güvenilmektedir. Bu durum satış rakamlarına da yansımaktadır”(248). Habercilikte uzmanlaşmanın, güvenin yeniden tesis edilmesindeki rolünün ne olacağı sorulduğunda Hürriyet Gazetesi’nden Tarık Devrim, uzman haberciliğin, güven sorununu çözmede önemli bir rol oynayacağını ifade etmektedir. Hürriyet Gazetesi İstihbarat Müdürü Celal Korkut aynı inancı paylaşarak, halk arasında yerleşmiş olan ‘Gazeteci doğru söylemez!’ imajının aşılmasında uzman muhabirin hazırladığı haberin, bu sorunu tek başına çözemeyeceğinin altını çizmektedir. Sabah Gazetesi temsilcisi, bu noktada, uzman muhabirlik ile genel alan muhabirliği arasında bir ayrıma gitmeyerek, aslonanın habercilik olduğunu ifade etmektedir. Türkiye’ de toplam gazete tirajlarının ortalama 5 milyon olduğunu ve tüm dünyada özellikle internet nedeniyle tirajlarda bir azalma olmasına rağmen Türkiye’de artış olduğunu belirtmektedir. ABD’de 2040 yılı itibariyle tek bir basılı gazetenin satmayacağına yönelik bir hesap yapıldığının altını çizen Doğan Satmış, internet haberciliği gazetelerin yerini alsa bile, haberlerin muhabirler tarafından yapıldığını ve ‘aslonanın gazetecilik’ olduğunu söylemektedir.

Zaman Gazetesi temsilcisi ise güven sorununun altında çok farklı nedenler olduğunu ifade etmekle beraber, uzman muhabirlerin, yaptıkları haberlerin altına isimlerini ve alanlarını yazmaya başlamaları ve markalaşmaları ile birlikte bu markaya güven doğacağını belirtmektedir. Cumhuriyet Gazetesi’nden Hakan Kara ise, güven sorununun nedenlerine değinerek medyadaki yoğunlaşmadan söz etmiştir. Medya giderek belli sermaye gruplarının elinde toplandığını, medya patronlarının artık gazeteci değil, holding patronu olduğunu söyleyen Kara, “120 şirketli bir holding sahibinin şirketlerinden biri de gazetedir. Bu medya patronu diğer 119 şirketinin kar yapmasını istiyor doğal olarak, acaba medyayı kullanıyor mu bu amaçla? Çünkü bu şirketlerin devlet desteği oluyor, bazı ihalelere giriyorlar. Medya denilen şey, istihbarat ve haberdur. Diğer şirketlere ihalede nasıl fiyatlar verdiler, bu işlere hangi bakanlar bakar?

248) www.byegm.gov.tr/seminerler/duzce_vii/duzce_13.htm - 37k, Erişim: 09.05.2006, Behçet Fakihoğlu, Objektif Gazetecilik ve Medyada Güven

Normal bir holding patronu iseniz bir bakanla ya da başbakanla çok rahat görüşemezsiniz. Eğer bir medya patronunu iseniz durum değişir. Medyadaki sermaye yapısındaki değişim ve holdingleşme, medyaya olan güveni ciddi bir biçimde etkilemiştir. Sadece güveni de değil medyadaki yapılanmayı da etkilemiştir. Giderek patrona yakın köşe muhabirleri ve köşe yazarları ortaya çıkmıştır, bunlar hükümetle ve siyasilerle iletişim kurmakta maharetliyidiler. Hatta son dönemde bir genel yayın yönetmeni bir ülkenin devlet başkanından randevu alabiliyor diğeri alamıyor diye yerinden bile olmuştur. Gazetecinin kendisinin bir kriter olarak gücü azalmıştır, muhabirin de azalmıştır. Bu, bazı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi yoğunlaşma sorununun üstüne gidilerek çözülebilir. 120 şirketten, 118'inin farklı alanlarda olması bir problematik. Haksız rekabet doğmaktadır. Patron global kara bakmakta, global kar iyiye, gazete zararda da olsa, fiyatını düşürmektedir. Çünkü gazeteyi başka amaçlar için kullanmaktadır. Etkinliğini arttırmak için kullanmaktadır. Arkasında holding gücü olmayan gazeteler için haksız rekabet söz konusudur” demektedir. Pek çok sektörde var olan medya patronları, şirketlerinin hükümetlerle olan ilişkileri nedeniyle, aralarını iyi tutmak zorundadırlar. Aksi takdirde kredi alırken, yatırım yaparken, borç öderken vs. zorlanacaklardır. Büyük oranda sermayenin eline geçmiş olan yazılı ve görüntülü basın kuruluşlarında yürütülen habercilik faaliyetleri, halka gerçekleri aktarma, halkı doğru ve tam olarak bilgilendirme sorumluluğundan feragat etmek zorunda kalmıştır ki bu her şeyden önce gazetecilik etiğine aykırıdır. Gazetelerin saygınlıklarının ve güvenilirliklerinin azalması hatta yitmesinin altında yatan temel sebebin, yoğunlaşma olduğu kanaatindeyim.

Uzman muhabir kaleme aldığı haberde yoruma yer vermeli mi? sorusuna görüşme yapılan gazete temsilcileri ‘hayır’ yanıtını vermişlerdir. Yorum verilecekse, ayrı bir yazı parçası olarak ve yorum olduğu belirtilerek verilmelidir. Uzman muhabir haberini hazırlamalı, gerekirse konusunda uzman bir kişiden görüş almalı ve uzman görüşü olarak belirtmelidir. Hürriyet Gazetesi temsilcisi Tarık Devrim, muhabirin uzmanlığının, filtre görevi yapması gerektiğini, yani haberin doğrusunu eğrisini, eksiğini fazlasını ortaya koymada muhabire yardımcı

olması gerektiğini belirtmektedir. Tarık Devrim, ABD’de yorumun ana gazeteye bile konulmadığını, köşe yazılarının ‘opinion’ adı verilen eklerde yer aldığını söylemektedir. Türk basınında, başlıkların hep yorumlu olduğunu, başlıkta yorum yoksa, yazı işlerinin oradan bir yorum çıkardığını söyleyen Devrim, bunun da okurun ilgisini çekmek, haberi okutmak için yapıldığını anlatmaktadır. Tarık Devrim, örneğin, dünyanın en saygın gazetelerinden biri olan New York Times’da, başlıklarda yorum olmadığını, kısa, yorumsuz başlıklar atıldığını, ‘Hard news’ denilen şeyi yaptıklarını, ham haberi, salt haberi verdiklerini sözlerine eklemektedir. Sabah Gazetesi temsilcisi de, haberle yorumu birbirinden ayırdıklarını ifade etmiştir.

Zaman Gazetesi temsilcisi ise, 3 Kasım 2001’de 20 yılını dolduran Zaman Gazetesi’nin, Türkiye’de ‘Bir model koymak istiyorum, yenilik yapmak istiyorum’ diyerek bir manifesto yayınladığını, logosundan mizanpajına kadar pek çok şeyi değiştirdiğini söylemekte, bu doğrultuda yorumla haberi kesinlikle birbirinden ayırdıklarına işaret etmektedir. Haber sayfalarının içerisine köşe yazısı koymayarak, yorum için 3 sayfa ayırarak bunu fiziksel olarak da yapmışlardır. O tarihten itibaren ilk sayfada en fazla 6 haber ve en fazla 2 fotoğraf yer almaya başlamıştır. Bu uygulamanın tutmayacağı düşünülse de buna başlandığında Zaman Gazetesi’nde tiraj 270 bin civarındayken, şu anda 550 bin civarındadır. Ali Çolak, “Bu ülkede büyük puntolarla hazırlanmış, bol spotlu, bol fotoğraflı gazeteler tutar, masalını kırmak gerekiyordu ve Zaman Gazetesi bu yönde ilk adımlarını atmıştır” demektedir. Dünya ölçeğinde, uzman muhabirlerin olayları derinlemesine inceleyerek yazdığı, insan hikayelerinden yola çıkan insana değer veren, hakaret etmeyen, bağırıp çağırmayan bir gazete yapılabilir mi? sorusuna yanıt bulmak istediklerini söyleyen Çolak, 2001 yılından bu yana her yıl, ABD’deki FND adlı kuruluşan – ki bu kuruluşu dünyadan yüzlerce gazete başvurmaktadır- mizanpaj anlamında, her yıl mükemmellik ödülü aldıklarını belirterek, habercilik anlamında da yapılacak, kanıtlanacak çok şeyin olduğunu sözlerine eklemektedir. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara ise, bir haber analiz yapılıyorsa, habere yorum karıştırılabileceğini ama bunun da

belirtilerek yapılması gerektiğini, aksi takdirde okurun yanıltılacağını söylemektedir. Haberin ve yorumun ayrı ayrı şeyler olduğunu, habere yorum ve duygu katılmayacağını dolayısıyla, dehşet, korkunç gibi abartılı sözcükleri kullanmadıklarını söylemektedir. Kara, basit bir haber yazmanın, haberi olduğu gibi, net bir biçimde, anlaşılır bir biçimde vermenin, enformasyonu tam olarak 5 N 1K kuralını uygulayarak vermenin çok zor bir iş olduğunu, gazetecilik okullarında ders veren pek çok öğretim üyesinin bunu yapamayacağına işaret etmektedir. Türkiye’de gazetelerde köşelerinde her konuda ahkam kesen yazarların olduğunu, her konuyu bilme iddiasında olanların aslında hiçbir şeyi bilmediklerini ifade etmektedir. Medya hem kamuoyunu etkilemekte hem de ayna vazifesi görmektedir. Bir toplumu tanımak için gazetelerine ve satış rakamlarına bakmak gerekir. Yorumu, alanında uzmanlaşmış kişiler yapmalıdır. Avrupa’daki gazetelerde, haber- yorumlar, haber- analizler sıkça yer almakta olup bunu uzmanlar yapmaktadır ve altında imzalarıyla akademik ünvanları vardır. Analizi yaparken bunu neye dayandırılıyorsunuz, hangi kaynaklardan yararlanıyorsunuz? Kim ne söyledi, bunun net olarak görülmesi gerekmektedir. Cumhuriyet Gazetesi’nde analiz çok ender çıkmaktadır ve analiz olduğu belirtilmektedir. Analizlerin nadiren çıkmasının nedeni de, o nitelikteki yazıların çok gelmemesidir. Yorum içeren gazete başlıklarının bu denli vurucu olmasının ciddi bir sorun olduğuna işaret eden Hakan Kara, ‘Gazetelerin bayilerde satılması ve abonelere dağıtılması, gazetelerin birinci sayfalarını nasıl şekillendirir? sorusundan hareketle Almanya’da yapılan bir araştırmanın, abonelere giden gazetelerde abartılı başlıklar, flash başlıklar kullanmak gerekmezken, bayilerde satılan gazetelerin okurların ilgisini çekmek için abartılı başlıklar atmalarını gerektirdiğinden söz etmektedir. Anlaşılacağı üzere, okura gazeteyi satın alma konusunda yardım eden haber başlıklarında bile yoruma yer verilmemeli, abartıdan sansasyondan uzak durulmalıdır. Yorum yapılacaksa bunun mutlaka belirtilmesi gerekmektedir.

Kurum dışından gelen bültenlerinin haber olarak kullanılıp kullanılmadığı sorusuna hem Hürriyet Gazetesi hem de Zaman Gazetesi temsilcisi, ‘öncelikle

kendi haberlerimizi kendimiz yaparız’ diyerek yanıt vermişlerdir. Anadolu Ajansı(A.A)’ndan gelen haberi bile birebir kullanmadıklarını, gerekirse telefon açıp soru sorarak eklemeler yaptıklarını ve haberi yeniden yazdıklarını söylemektedirler. Ancak, A.A.’ya yapılan bir açıklamanın kaynak gösterilerek aynen kullanıldığını belirtmektedirler. Cumhuriyet Gazetesi ve Sabah Gazetesi’nin temsilcileri haber bültenlerini haber kaynağı olarak gördüklerini ve kullandıklarını ifade etmektedir. Bülten yeterli değilse, muhabirlerinin irtibata geçtiğini, söz konusu olan bir kültür- sanat etkinliği ise, etkinliğin ne zaman, nerede yapılacağını kısa haber şeklinde verdiklerini söylemektedir. Etkinlik gazeteye daha geniş girecekse, haber önemliyse muhabir de gönderilmektedir. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara, “Özellikle kültür sanat sayfalarında çalışan muhabir sayısı bellidir ve fizik kuralları gereği kaç işe gidileceği de bellidir” diyerek basın bültenlerinin önemine işaret etmektedir. Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nde altı yıldır Halkla İlişkiler Uzmanı olarak görev yapıyor olmamdan dolayı, hazırladığım basın bültenlerinin özellikle duyuru mahiyetinde olanların, etkinliğin büyüklüğüne ve önemine bağlı olarak birebir kullanıldığını, etkinliğin gerçekleşeceği mekana gelen basın mensupları için hazırlanan daha geniş kapsamlı basın bültenlerinden ise alıntılar yapılarak yararlanıldığını görüyorum.

Gazetecilikte uzmanlaşmaya doğru gidilen bir süreç yaşanmaktadır. Öte yandan habercilerden çok yönlü olmaları, her habere gitmeleri, haberin A’ dan Z’ ye hazırlanması sürecinde var olmaları da beklenmektedir. Kendilerine bu konuyla ilgili fikirleri sorulduğunda ve ‘geleceğin gazetecisi’ ni tanımlamaları istendiğinde Hürriyet Gazetesi temsilcisi, geleceğin muhabirini çok yönlü olabilen, teknolojiyi takip eden, sürekli kendisini geliştiren, her şeyden önce işini çok seven, gazetecilikte uzmanlaşmış kişi olarak tanımlamıştır. Sabah Gazetesi temsilcisi, geleceğin gazetecinin nasıl olacağı sorusuna, her geçen gün bilgiye ulaşma şansının arttığını, dolayısıyla bu olanağı daha iyi kullanan habercilerin var olacağını ifade etmiştir. Ayrıca, kameralı cep telefonu kullanıcılarının sayısının günden güne arttığını ve bu yüzden artık herkesin haberci olabileceğini ifade

etmiştir. Nitekim, “İngiltere’de haber programı Five News ve Sun Gazetesi, televizyon izleyicisi ve okuyucularına fotoğraf, video ve haber göndermeleri karşılığında en az 100 sterlin telif ödeyecekleri yeni bir kampanyaya

başlamaktadır ve yayına uygun konular gönderenenin imzasıyla yayınlanacak”(249). BBC zaten seyircilerden gelen malzemeyi yayınlamaktadır ancak karşılığında bir bedel ödememektedir. 7 Temmuz 2005’de Londra’da yaşanan bombalama olayının ardından haber medyası görüntü telaşına düşmüş, görgü tanıklarının cep telefonlarıyla kaydettikleri görüntüler sayesinde yayımlarından tatmin olmuşlardır. Özel TV kanallarından ITV’nin bu amatör çekimlere binlerce sterlin ödediği bilinmektedir. Sabah Gazetesi temsilcisi Doğan Satmış da uzmanlaşmanın handikaplarına işarete ederek, rotasyonun bu sorunu çözebileceğine olan inancını dile getirmektedir.

Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü, gelecekte yazılı gazetelerin yerini dijital gazetelerin alacağını, ancak aslolanın haberciler olduğunu söylemektedir. Cumhuriyet Gazetesi temsilcisi ise, rotasyona gitmediklerini çünkü bunun farklı bir örgütlenmeyi gerektirdiğini söylemektedir. Alternatif bir yayın organı olan Almanya’daki Tageszeitung Gazetesi’nde, muhabirin haberinin nerede nasıl yayınlanacağı hakkında söz sahibi olduğunu, üst düzey yöneticilerin bile rotasyona tabi tutulduğunu, tek bir erkin olmadığını, piramidel bir yapının bulunmadığını ifade etmektedir. Cumhuriyet Gazetesi’nin hatta Türkiye’deki gazetelerin yapılanmalarının çok ideal olmadığına işaret eden Hakan Kara, bu piramidel sistemin işlediğine işaret ederek, herkesin fikrini söylediğini, ama son kararı genel yayın müdürünün verdiğini, sorumluluğun da ona ait olduğunu anlatmaktadır. Hakan Kara “Ülkemizdeki gazetelerde yazı işleri ve haber merkezi diye bir ayırım vardır. Haber müdürleri haber servisini temsilen haber toplantılarına katılmakta, haberin sıcaklığını hissederek hareket etmektedir. Yazı

249) Perihan Korkmaz, İngiliz Medyası Çalışkan Okura 100 Sterlin Verecek, Sabah Gazetesi,Pazar Eki, 12.11.2006, ss. 3

işlerinde editörler vardır. Son derece soğuk kanlı olan editörler, haberi beğenmeyerek haber müdürleri ile tartışmaktadırlar. Haber müdürünün haberin önemli olduğuna yazı işlerini ikna etmesi gerekmektedir. Aynı durum muhabirle şef arasında da söz konusudur. Muhabir en önemli haberin kendi haberi olduğunu zannetmektedir, aslında haberinin peşinde koştuğu için olup bitenleri bilmemektedir. Bu gün gazetelerin en önemli işlerinden biri sadece enformasyon akışını sağlamak değil, kamuoyuna neyin önemli ve neyin önemsiz olduğunu vurgulamaktır. Birinci sıradaki haberi belirlemek için tüm gelişmeleri takip etmek gerekmektedir” demektedir.

Zaman Gazetesi temsilcisi de bir habercinin çok yönlü olması gerektiğine olan inancını belirterek, örneğin New York Times’ın ya da herhangi yabancı bir gazetenin Türkiye temsilcisinin bir kişi olmasının bunun en iyi göstergesi olduğuna dikkat çekmektedir. Gerçekten de bu kişiler, ekonomi haberi de yapabilmekte, askeri kaynaklardan da haber alabilmekte, çok önemli bir sanat olayını da takip etmekte yani ülkemizde gerçekleşen her türlü olayı haber haline getirebilmektedirler. Uzmanlaşmanın deformasyonlarına işaret eden Zaman Gazetesi temsilcisi, örneğin bir enerji muhabirinin, yanında olup biten çok önemli bir kültür sanat olayına haber gözüyle bakmadığını anlatarak, uzun yıllar bir alanda sabit kalan uzman muhabirin haber körlüğü denilen şeyi yaşayabildiğine işaret etmektedir. Zaman Gazetesi bu olasılığı göz önünde bulundurarak rotasyona gittiğini, Ankara’daki muhabirleri İstanbul’a göndererek, İstanbul’dakini Ankara’ya alarak, tüm haberleri meclisten almaya alışık, oturan muhabiri İstanbul’a getirerek koşturmaktadır. Ankara’daki uzman muhabirleri alıp, İstanbul’a getirerek, Ankara’da bir bakanlığı uzun yıllar takip etmiş bir muhabiri İstanbul’a alıp ekonomiye vermektedirler. İstanbul’da yine ekonomiye bu sefer yaşayan ekonomiye bakmaktadırlar. Ankara tecrübesi olmayan gazeteci de tamamlanmış olmayacağı için Ankara’ya gönderilerek, bürokrasinin çarklarından geçmiş olmaktadır.

Hürriyet Gazetesi Kültür- Sanat Servisi Şefi ve uzman muhabir olarak görev yapan İhsan Yılmaz, kültür sanat muhabirini, kültür sanat ortamını takip ederek, buradan haber olabilecek, haber niteliği taşıyan Şeyleri yazılı ve görsel olarak hazırlayan, sunan kişi olarak tanımlamaktadır. Kendisinden haber değeri kriterlerinin sayılması istendiğinde, ilk etapta haberin yeni ve ilginç olmasından söz etmiştir. Sabah Gazetesi muhabiri Aslı  rnek de haber değeri kriteri olarak ilk etapta ‘ilginçlik’ ten bahsetmiştir. Zaman Gazetesi muhabiri Jülide Karahan, haber değeri kriterlerini ‘yeni, farklı ve önemli’ olarak sıralamıŐ, bu ve pek çok konuyu Zaman Gazetesi’nde göreve başlarken kendilerine verilen ‘Haber Kılavuzu’ndan öğrendiklerinin ve uyguladıklarının altını çizmiştir. Cumhuriyet Gazetesi muhabiri Ayça Tezer, hitap ettikleri kitle gereği yüksek sanatla ilgilendiklerine işaret ederek, haber değeri kriterlerinin başına ‘ nemlilik’ kriterini yerleŐtirmiŐtir. Olayın yakın bir zamanda meydana gelmesinin ve ilginç oluşunun da önem arz ettiğini vurgulamıŐtır. ‘Haber Değeri’ konu başlığı altında belirtildiği gibi, haberciler aslında haber değeri olan olayları adeta sezinlemektedir; ancak bunları sıralama ve ifade etme konusunda baŐarısızdırlar.

Hürriyet Gazetesi’nde kültür sanat, Ekler Servisi ile birlikte çalışmakta olup alana 3 muhabir bakmaktadır. Ömür Gedik Sosyoloji lisansına, İhsan Yılmaz ve  ağlayan  evik Türkoloji lisansına sahiptir. Doğan Hızlan ise köşe yazarıdır ve tüm Doğan Grubu’nun yayın danıŐmanıdır. Edebiyat ı kimliği doğrultusunda böyle bir ekip kurmuştur. Ancak ana gazetede kültür sanat sayfası yoktur. Yarım sayfa kadar olan sayfa, 21 Şubat 2001 ekonomik krizinden sonra kaldırılmıştır. Ancak önemli bir haber olursa ana gazeteye girmektedir. Hafta sonu eklerinde kültür sanat haberleri yer almaktadır. Cuma ekinde bir sayfa kadar haftanın filmleri, kitap ve albüm tanıtımları yapılırken, Cumartesi ekinde ağırlıklı olarak duyuru mahiyetinde günlük kültür sanat haberleri verilmektedir. Cumartesi günleri verilen ‘Keyif’ ekinin 10- 12 sayfası editoryal sayfadır ve kitap, sinema, edebiyat, müzik, plastik sanatlar, tiyatro ve opera- baleye ayrılmıŐtır. Sabah Gazetesi’nde kültür sanat servisi ve ana gazetede kültür sanat sayfası bulunmamaktadır. Kültür sanat haberleri, her gün Sabah Gazetesi ile birlikte

verilen ‘Günaydın’ adlı ekte, ‘Ajanda’ başlığı altında verilmektedir. ‘Sabah Gazetesi’nin tek kültür sanat muhabiri Aslı Örnek hem bu sayfaya girecek haberleri hazırlamakta, hem de sayfanın editörlüğünü yapmaktadır; ayrıca başka sayfaların editörlüğünü de yapmaktadır. Aslı Örnek, kültür sanat alanına giren tüm konulara Sabah Gazetesi’nde eşit miktarda yer verme çabasında olduğunu ifade etmiştir. Lisans düzeyinde gazetecilik eğitimi almıştır ve Radikal Gazetesi’nin kültür sanat servisinde habercilik yapmıştır. Tek başına hem tüm kültür sanat olaylarını takip etmekte, hem de editörlük yapmakta dolayısıyla gündemin yoğun olduğu günlerde yetersiz kaldığını ifade etmektedir. Sabah Gazetesi’nde, kültür sanat haberleri genelde eklerde yayınlanmaktadır. Sabah Gazetesi’nde ve eklerinde çıkan haberler genellikle tanıtıcı haber ve röportaj niteliğindedir. Zaman Gazetesi’nin ‘Kültür Sanat ve TV Servisi’ altı kişiden oluşmaktadır. Elif Tunca, Radyo TV ve Sinema lisansına, Ali Pektaş edebiyat lisansına, Jülide Karahan ise Uluslararası İlişkiler lisansına sahiptir. Ancak Jülide Karahan, İletişim Fakültesi’nde yüksek lisans yapmış olup, görüşme yapılan gazetelerin kültür sanat muhabirlerine baktığımızda, yüksek lisans yapmış olan tek muhabirdir. Zaman Gazetesi’nin Kültür Sanat Servisi’nde bir editör ve bir redaktör de bulunmaktadır. Ayrıca cuma günleri yayınlanan ve akademisyenler ile sanatçı ve yazarlardan vb. gelen yazılardan oluşan ‘Kitap’ ekini yayına Sınıf Öğretmenliği lisanslı Musa İğrek hazırlamakta, bu ekin editörlüğünü Ali Çolak yapmaktadır. Kültür sanat alanındaki her birime ayrı bir muhabir vermenin mümkün olmadığını ifade eden Çolak, sinema- tiyatroyu bir kişinin; plastik sanatlar, geleneksel sanatlar, fotoğraf ve mimarlığı bir kişinin takip ettiğini söylemektedir. Edebiyata da bir muhabir bakmaktadır. Ali Çolak, vizyona girecek bir filmi, gazetelerin sinema muhabirleri ve yazarlarının önceden izlediğini ve cuma günleri filmle ilgili haber ve yazılar yazdıklarını söylemektedir. Zaman Gazetesi, iyi bir filimin olması halinde, ertesi gün filmin oyuncularını ya da yönetmeni ile röportaj yaptıklarını ifade etmektedir. Çolak’a göre kültür sanat alanında yapılacak iş bellidir. Örneğin, resim sergilerinin yeri ve tarihleri önceden bilindiğinden, ilgili muhabir nerede ne zaman kimin sergisi olacağı bilgisiyle hareket etmektedir. Zaman Gazetesi kültür sanat editörü Ali Çolak, bir kültür

sanat muhabirinin, bu alana giren tüm konularla ilgilenmek, hepsinden bir parça anlamak zorunluluğundan söz etmektedir ki bunlar müzik, sinema, tiyatro, edebiyat, plastik sanatlar, fotoğraf, son yıllarda Türkiye’de önemli ölçüde gündeme gelmeye başlayan mimarlıktır. Zaman Gazetesi her gün bir sayfasını kültür sanata ayırmaktadır. Cumartesi ve Pazar günleri verdikleri eklerde de kültür sanatı işlemektedir. Bir de ‘Kitap’ adlı bir ekleri vardır; bu ek akademisyenler ile sanatçı ve yazarlardan vb. gelen yazılardan oluşmaktadır. Cumhuriyet Gazetesi kültür sanat servisi, servis şefi Egemen Berköz ve üç muhabirden oluşmaktadır. Egemen Berköz, İtalyan Dili ve Edebiyatı, Ayça Tezer Fransız Dili ve Edebiyatı mezunudur. Ece Baktıaya, uluslararası ilişkiler tahsili yapmıştır. Selcan Aksel ise Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü mezunudur. Cumhuriyet Gazetesi her gün iki sayfasını kültür sanata ayırmakta, cumartesi ve pazar günleri verdiği eklerde de kültür sanat içerikli haberler kullanmaktadır. Perşembe günleri yayınladığı ‘Kitap’ ekinde de piyasaya yeni çıkan kitapların tanıtımı yapılmakta, yazarlarıyla söyleşiler gerçekleştirilmekte vs.dir.

Anlaşılabacağı üzere, kültür sanat haberleri kitle gazetelerinde gazeteyle birlikte verilen eklerde değerlendirilirken, fikir gazeteleri bunun yanı sıra her gün kültür sanat sayfaları yapmaktadır. Sabah Gazetesi bunu, her gün ana gazeteyle birlikte verilen Günaydın Gazetesi’nde ‘haber’ mantığı içerisinde yaparken, Hürriyet Gazetesi kültür sanat olaylarını ‘Cuma’, ‘Cumartesi’ ve yine cumartesi günü verilen ‘Keyif’ adlı eklerinde, adeta araştırmacı gazetecilerin yaptığı gibi tüm yönleriyle, derinlemesine ele alarak ‘haber, yorum, eleştiri’ şeklinde sunmaktadır. Ancak hafta sonu ekleri perşembe günü basıldığı için, cuma günü yaşanan önemli bir gelişme ana gazetenin gündem sayfalarında kaybolabilmektedir. Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri’nde hafta sonu yayınlanan diğer eklerinin yanı sıra ana gazetede kültür sanat sayfalarının bulunması, fikir gazetelerinin kültür sanata özellikle ‘haber’ anlamında daha fazla yer verdiğini ortaya koymaktadır.

Kültür sanat haberlerinde yoruma yer verip vermedikleri sorulduğunda, Hürriyet Gazetesi kültür sanat servisi şefi, haber artı yorum şeklinde yazılar yazdıklarını söylemektedir. Günlük gazeteye haber verdiklerini, hafta sonu eklerindeki araştırmalarda yorum kullandıklarını söylemektedir. Uzmanlık alanı kitap olan İhsan Yılmaz, kitap tanıtım yazılarıyla birlikte, kitap röportajları ve eleştirileri de yapmaktadır. Eleştiri ve tanıtım yazıları zaten iç içe geçmiş vaziyettedir. Sabah Gazetesi kültür sanat muhabiri ise, zaman zaman hazırladığı haberlerde yoruma yer verdiğini söylemektedir. Diğer uzmanlık alanlarıyla kıyaslandığında, kültürel ya da sanatsal faaliyetle ilgili, beğeni boyutunda öznel bir değerlendirme yapılabildiğinden, kültür sanat haberlerinin yoruma daha elverişli oluşunun altını çizmektedir. Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü Hakan Kara, kültür sanat muhabirlerinin var olan olaylar nedir, kim nerede ne söylemiştir bunları yazıp, söyleşiler yaptıklarını yorum yapılacaksa tıpkı diğer haberlerde olduğu gibi bunun belirtildiğini ifade etmektedir. Zaman Gazetesi kültür sanat editörü Ali Çolak, gazetenin 2001 yılında gerçekleştirdiği dönüşüm çerçevesinde oluşturdukları haber- yorum, haber- analiz, haber- inceleme, haber- portre ve haber- izlenim adlı 5 yazı disiplini içerisinde söylemek istenilenlerin söylendiğini ifade etmektedir.

Akademisyen ve sanatçılardan haber, yazı, yorum, eleştiri yazısı vs. alıp almadıkları sorusuna, Hürriyet Gazetesi Kültür Sanat Şefi İhsan Yılmaz, ‘almıyoruz’ şeklinde yanıt vererek, gerekirse uzman görüşü almak adına akademisyenlere, sanatçılara başvurduklarını belirtmiştir. Aslı Örnek, Sabah Gazetesi’nin eki olan ‘Günaydın’ için akademisyen ve sanatçılardan yazı talep etmediklerini ancak kendileriyle röportaj yaptıklarını ifade etmektedir. Haber değeri olan sanatsal işleri var ise, kendilerini anlatma imkanı sunduklarını söylemektedir. Zaman Gazetesi kültür sanat editörü Ali Çolak ise, gerektiğinde başvurduklarını, örneğin Grammy Ödülleri ya da Nobel Edebiyat Ödülü hakkında Türkiye’de kimin yazdığını bulup, uzmanlık alanları gereği onlara yönelerek yazı talep ettiklerini, bu yazıları bazen yorum sayfalarında da kullandıklarını söylemektedir.

Hürriyet Gazetesi'nde, kültür sanat alanına giren konu başlıklarından sinema ve edebiyatın ağırlıklı olarak kullanıldığı, ardından müzik, plastik sanatlar, tiyatro ve opera- bale geldiği ifade edilmiştir. Sabah Gazetesi, kültür sanatın alt konu başlıklarına mümkün olduğunca eşit yer vermeye çalışmaktadır. Magazin dünyasının ünlüleri çoğu zaman kitle gazetelerinde sanatçı sıfatıyla yer aldıklarından, magazin haberleri kültür sanat haberiymiş gibi sunulmaktadır. Öte yandan, haberin magazinelleşen söyleminden kültür sanat haberleri de payına düşeni almaktadır. Zaman Gazetesi'nde kültür sanat haberlerinden sinemayla müzik ağırlıkta olup, adından fotoğraf, tiyatro, edebiyat ve plastik sanatlar gelmektedir. Zaman Gazetesi televizyon için de bir sayfa ayırmaktadır ve aslında 32 sayfalık bir gazetede TV'nin ağırlıkta olduğu söylenebilmektedir. Ali Çolak, manşet olmasalar da, gazetelerinin ilk sayfasında sıkça kültür sanat haberinin çıktığını ifade etmiştir. Kültür –sanat haberlerinin ana akım ve fikir gazetelerindeki görünümü Ali Çolak tarafından şöyle örneklenmiştir: “Büyük fotoğraf ustası Ara Güler'in Cemal Reşit Rey ya da Lütfi Kırdar Sergi Salonu'nda açtığı sergiye bir hanım arkadaşı gelmiş ve Ara Güler onu öpmüş ise, kitle gazetesinde bu öpüşme fotoğrafı çıkar ve altına bir cümle şeklinde 'Ara Güler falanca yerde fotoğraf sergisi açtı' derler. Bizde ya da diğer fikir gazetelerinde, Ara Güler'in fotoğraf sanatı üzerine yaptığı bir değerlendirme, sergilenen fotoğraflar üzerine söyleşi vs. yer alır. Ya da Tamer Karadağlı'nın oynadığı bir filmin galası yapılmışsa, Tamer Karadağlı bir aşk skandalına karışmışsa, kitle gazetelerinde Tamer Karadağlı'nın galada bu konuda söyledikleri yer alırken, biz filmde söz ederiz. Bir şiir kitabı çıkmıştır ve bu şiir kitabı tüm ömrünce 200 adet satacak bile olsa, biz şairle bir söyleşi yapar, bu habere yarım sayfa ayırabiliriz. Bununla ilgili bir haberin bir kitle gazetesinin ana gazetesinde yayınlanma olasılığı yoktur.” Ali Çolak, insanların özel hayatları, gece hayatlarının gazetelerinde asla yer almayacağını söyleyerek popüler müzik haberleriyle ilgili çıtalarının yüksek olduğunu ifade etmektedir. Sezen Aksu ve Tarkan eserleriyle kültür sanat sayfalarında yer alırken, Gülben Ergen'in dünya çapında bir albüm bile yapsa yer bulamayacağı ifade edilmiştir. Kendisine uzmanlaşma ilgili soruların yöneltildiği Cumhuriyet Gazetesi Haber Müdürü

Hakan Kara, kültür sanat alanına giren konuları dengeli bir biçimde işlediklerini söylemiştir. Ayrıca, Cumhuriyet Gazetesi’nde magazin servisi olmamasına rağmen magazin haberciliği yaptıklarını ifade etmiştir. Toplumda var olan sosyal kimi olguları, çok yumuşak bir dille, söyleşilerle, röportajlarla anlattıklarını, insan unsurlu haberler yaptıklarını söylemiş ve magazin haberi olarak “Var oluşçu Ayakkabı Boyacısı” başlığıyla yapılan, Sartre okumuş ve üzerine de konuşabilen bir ayakkabı boyacısı ile yapılan röportajı örneklemiştir. Popülerliğin diğer gazetelere göre o kadar yoğun olmadığını ifade eden Kara, klasik ve caz müziğinin sayfalarında çokça yer aldığını, sinema konusunda da özellikle Avrupa sinemasını ele aldıklarını ve daha entelektüel filmlere yöneldiklerini söylemiştir. Sorunlu olan bir diğer konu olarak TV’ yi göstermiş, sadece 15 TV kanalının programlarının gazetelerde yer aldığını, oysa kendisinin ve pek çok kişinin 200 kanal izlediğini ancak bu kanalların hiçbirisinin programda olmadığını, verilemediğini, bu sorunun çözüleceğinin altını çizmiştir. Anlaşılacağı üzere fikir gazeteleri ünlülerin özel yaşamına ilişkin ayrıntıları aktaran, cinsel öğelerle dolu magazin haberlerini kullanmamaktadır. Fikir gazetelerinde de magazin haberciliği yapılmaktadır ancak bu kitle gazetelerindeki magazin haberciliğine benzememektedir.

SONUÇ

Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısında insanoğlunun gerçekleştirdiği büyük teknolojik gelişme sayesinde siyasal, kültürel, ekonomik, toplumsal, psikolojik, ticari, teknik ve teknolojik yönleri olan gazetecilik, ilgi ve çalışma alanını yaygınlaştırmış, derinleştirmiştir. Enformasyon trafiğinde hem hız, hem de alıcı-verici sayısı katlanırken gazete çalışanı sayısı da artmıştır. 1980'lere kadar üretim sürecinin pek çok aşamasında uzman olan elemanların ve düşük düzeyde baskı teknolojilerinin söz konusu olduğu, 'geleneksel medya yapısı'nın asıl amacı haber ve bilgi aktarımıyken; 1980 sonrasında, medya dışı sektördeki büyük sermaye gruplarına egemen olan, muhabiri ve diğer basın çalışanlarını baskı altında tutan, dev bir sanayi kompleksi olarak şirket stratejilerini ön plana koyan 'yeni medya sahipliği' ortaya çıkmıştır. Medyanın sermaye ile bütünleşmesi ve daha fazla okuyucuyu çekme ve kar etme kaygıları habercilik anlayışının popülerleşmesini de beraberinde getirmiştir. Öte yandan basının yaşadığı yapısal dönüşüm kaçınılmaz olarak gazetecinin de dönüşümüne ortam hazırlamıştır. Sorgulayan, araştıran, halkın içinde yaşayan, onun sorunlarına duyarlı, sorumluluk bilinci yüksek idealist gazeteci günümüzde, medya patronun çıkarlarını gözetken, iktidar ve güç odaklarıyla bağlantılı, toplumsal sorumluluktan yoksun, mesleki dayanışma ve etik ölçülerden uzak ve kişisel beklentilerini pazarlayan bir işletmeci tipine dönüşmüştür.

Bilim ve teknolojinin gelişmesine paralel olarak, çağımızda önemi daha da artan hız, hata riskini en aza indirme gerekliliği ve çalışma alanlarının artarak çeşitlenmesi sadece gazetecilikte değil tüm sektörlerde uzmanlaşma zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Çalışma alanı genişleyen basın, zamanla daha sınırlı bir alanda daha bilgili olmayı gerektiren bir oluşum içine girmiştir. Gazetecilikte uzmanlaşma, giderek artan bir önemle hem gazetecilik eğitiminde, hem medya içerisinde hem de bir gazetecinin mesleki kariyeri ile ilgili gelecek planlamasında yer almaya başlamıştır. Haberciliğin belirli alanlardaki karmaşık yapısı, bir konuyu derinlemesine analiz edebilen ve bu konu ile ilgili bilgi

eksikliği olan ve anlama güçlüğü çeken okura açıklayabilen habercileri ön plana çıkarmıştır. Yakın bir zamana kadar haberciden, haber kaynağı olan uzman kişiye soru sorabilecek ve aldığı yanıtları değerlendirebilecek kadar bilgi sahibi olması bekleniyorken, artık bizzat kendisinin bir alanda uzmanlaşması istenmektedir. Gazetecilikte uzmanlaşma farklı biçimlerde gerçekleşmektedir. Bilimsel literatürdeki anlamıyla uzmanlaşmak için, lisans ve yüksek lisans eğitiminin ardından doktora yapmak gerekmektedir ki gerek ülkemizde gerekse dış basında ‘uzman muhabir’ olarak görev yapan çok az sayıda muhabirin böyle bir arka plana sahip olduğu bilinmektedir. Dış basında yazılı ve görüntülü medya kuruluşlarında görev yapan uzman muhabirlerin bir kısmının gazetecilik lisansı alıp, ekonomi, siyasal bilimler, sosyoloji, psikoloji, edebiyat, gibi alanlarda yüksek lisans hatta doktora yapmış olduklarını; bir kısmının ise çalıştıkları alanla ilgili lisans eğitimlerinin olduğu ve üzerine yine ön lisans, lisans ya da yüksek lisans düzeyinde ya da sertifika programlarına katılarak gazetecilik eğitimi yapılandıklarını bilmekteyiz. Alaylı muhabirlerin hakimiyetinin yeni yeni kırılmaya başladığı ülkemiz basınında, akademik düzeyde bir uzmanlaşmadan söz etmenin mümkün olmadığı ortaya çıkmıştır. Uzman gazetecilik, ülkemizde adeta bir terfi noktasıdır. Son dönemlere kadar, olgun yaşlarını süren haberciler için köşe yazarlığı bir terfi noktası olarak kabul edilirken, köşe yazarlığının yerini ‘uzman muhabirlik’ almıştır adeta. Bir kuruma yıllarını veren ‘genel alan muhabirleri’ bile belirli bir alanda haber üretmeksizin ‘uzman muhabir’liğe terfi ettirilir olmuştur. Ancak uzman muhabirlik, maliyeti arttıran bir unsur olduğu için mülakatlar neticesinde, gazetelerdeki uzman muhabir sayısının, genel alan muhabiri sayısından az olduğu; gazetelerin stajyer/ amatör muhabirler ve muhabirlerle iş yapmaya çalıştıkları görülmüştür. Yine, ülkemiz basınında uzmanlaşmanın, büyük oranda ‘alan tecrübesi’yle sağlandığı, uzman haberciliğe yönelik kurum içi özel bir eğitim verilmediği ortaya çıkmıştır. Ancak değerlendirilmeye alınan fikir gazetelerinde, habercinin uzmanlaşma sürecinde alan deneyimi olan habercilerden usta çırak ilişkisi içerisinde yararlanıldığı görülmüştür. Yazılı basın kuruluşları, son dönemdeki muhabir alımlarında, hangi servise muhabir alınacaksa, o servise uygun lisans diploması aramakta; ancak

bununla yetinmeyip muhabir adaylarını sınava tabi tutarak farklı türlerde yazılı metinler hazırlamalarını istemektedirler. İşe giren gazetecilik eğitimi almış ve almamış olan tüm muhabir adayları, meslek içi eğitime tabi tutulmaktadırlar ancak, bu eğitimler az sayıda ve kısa dönemlidir.

Literatür taramalarında ve mülakatlarda, geleneksel gazetecilik ve geleneksel gazetecilik eğitimi görmüş olmanın, piyasanın isteklerini karşılamakta yetersiz kaldığı görülmüştür ve geleneksel gazetecilik yerini teknoloji ve uzmanlık ağırlıklı bir gazeteciliğe bırakmaktadır.

Uzman haberciler çeyrek asırdan daha uzun bir süredir batıda özellikle ulusal gazetelerde istihdam edilmeye başlamıştır. Yerel ve bölgesel gazetelerin habercileri uzmanlığa hazırlayan mekanlar oldukları bilinmektedir. Türkiye’de bazı istisnalar hariç belirli alanlar dışında, basında keskin ve yaygın bir uzmanlaşma henüz tam anlamıyla gerçekleşmemiştir. Oysa bilgi vermenin en doğru ve kapsamlı biçimi, haberin analizine gidilebilmesidir. Günümüzde okur, artık olup biteni daha derinlemesine anlamak ve olgular arasında bağlantı kurabilmek için ek ve derinliğine bilgiler aramaktadır, beklentisi de bu yöndedir. Çünkü haber, konuyu derinlemesine bilen, sürekli izleyen, bilgi birikimine ve geniş bakış zenginliğine sahip uzmanlar tarafından yapıldığında daha gerçekçi ve anlamlı olmaktadır. Bu sayede, basın okuyucunun gözünde kaybettiği itibarını yeniden kazanma sürecinde ilerleme kaydetmiş olacaktır. Bu sorunun altında farklı pek çok neden olmakla beraber, yapılan mülakatlarda, uzman muhabirliğin ‘güven’ sorununu aşma noktasında katkı sağlayacağı ifade edilmiştir. Dolayısıyla gazetenin ihtiyaç duyduğu ‘muhabir’ türü de, belirli bir konuda uzmanlık sahibi olan kişidir: Uzman Haberci.

Ülkemizde ulusal çapta yayın yapan gazetelerdeki uzmanlık alanları iç ve dış politika, ekonomi, spor, magazin, polis- adliye, sağlık, eğitim, kültür sanat olarak sıralanabilmektedir. Okurların istek ve beklentileri ile medya patronları ve profesyonellerinin önerileri doğrultusunda, farklı konu başlıklarında haberler

üretilmekte, bu haberler gerek ana gazetede gerekse eklerinde yayımlanmaktadır. Belli bir alanda uzmanlaşmış haberciden ise, özel haber üretmesi beklenmekte ve prensip olarak alanı dışındaki bir habere gönderilmemektedirler.

Mülakatlar sonucunda, gerek Hürriyet Gazetesi'nde gerekse Zaman Gazetesi'nde habercilik başarılarına genelde uzman muhabirlerin imza attığı ifade edilmiştir. Bu yanıt, habercilikte mükemmelliğe ulaşmanın yolunun, uzman habercilikten geçtiği yönündeki tezimizi doğrular niteliktedir.

Ayrıca, farklı konu başlıkları çerçevesinde üretilerek gazetelerde geniş olarak yer bulan haberlerin bir 'alan' oluşturup oluşturamayacağını ve oluşan alanların kalıcılığını, okurların ilgisiyle yeni alana yönelen/yöneltilen muhabirlerin ilgi düzeyleri, eğilimleri, sevgi ve çabalarının belirlediği görülmüştür. Bazen mevcut bir alan genişleyebilmekte ya da içerisinden başka alanlar çıkabilmektedir. Bilim ve teknoloji haberciliği, bu anlamda doğurgandır. Şöyle ki; bilimden önceleri sadece 'tıp' anlaşılmaktaydı ve tıp dünyasındaki gelişmeler, yenilikler haber haline getiriliyordu. 1970'lerde ise yoğun olarak çevre haberleri yapılmıştır ve 'çevre haberciliği' bilim ve teknoloji haberciliğinden koparak başlı başına bir uzmanlık alanı haline gelmiştir. 1990'lar yüksek teknoloji, bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmelere duyulan ilgi dönemidir. 2000'li yılların başları ise dijital devrime işaret etmektedir ve 1990'lardan itibaren bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki hemen her büyük gelişme haber haline getirilmektedir. Bir başka örnek vermek gerekirse, bir savaş ya da çatışma halinde savaş muhabirliği gündeme gelmektedir. Öte yandan ülkenin gündemine oturabilecek önemde, politik ve ekonomik yönleri olan bir olayı kovalayan muhabirler, bu olayı, en ince ayrıntılarıyla, perde arkasında kalan, görünmeyen yönleriyle uzun bir süre ele alarak başarılı 'araştırmacı gazetecilik' örnekleri verebilmektedirler. Görüleceği üzere, bazı uzmanlık alanları -savaş haberciliğinde ve araştırmacı gazetecilikte olduğu gibi- gündemdeki yerine göre hayata geçmektedir. Bir diğer örnek, magazin haberciliğinin gösterdiği ivmeyle alakalıdır. Magazin haberciliğinin bir uzmanlık alanı olarak kabul edilmesi II.

Dünya Savaşı yıllarına denk gelmektedir ki, o dönemde tüm basında üzüntü verici haberler yayınlanırken bu havayı dağıtmak için hafif içerikli, moral verici, eğlenceli haberler yayınlamak önce radyolarda olmak üzere bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmış, daha sonra bu uygulamanın ilgi görmesiyle yazılı basın da bu tür haberler kullanmaya başlamıştır. Bugün ise, gazetelerde ve televizyonlarda magazin haberlerine hem daha fazla yer verilir olmuş hem de haber metninin içerisindeki ‘ikincil öneme sahip kolay tüketilebilir unsurlar’ bazı anlatım teknikleriyle ön plana çıkartılarak haber magazinelleşmeye başlamıştır. Artık türü ne olursa olsun tüm haberler bundan nasibini almakta; politika, spor, sağlık, eğitim, kültür sanat haberleri magazinelleşmeye başlamıştır. Magazin servisleri olmayan Cumhuriyet Gazetesi ve Zaman Gazetesi’nde de magazin haberciliği yapılmaktadır. Mülakatlarda da ifade edildiği üzere, bu fikir gazetelerinin magazinden anladığı; insan unsurunu ön plana çıkartan, günlük yaşam içerisinde karşımıza çıkan ilginç insanlar, renkli yaşam öyküleridir.

Öte yandan haberlerin ekonomi haberleri, kültür sanat haberleri, magazin haberleri vs. şeklinde kategorize edilerek verilmesi ise yanılsamalara yol açmaktadır. Ekonomi haberleri olarak ekonomi sayfasında yer alan bir haberin aslında politik boyutları da vardır; ancak ekonomi sayfasında yer aldığı için okurdan adeta, bir haberi salt bulunduğu kategorinin gerektirdiği biçimde görüp, değerlendirmesi beklenmektedir. Bu kategorizasyon, olaylar arasındaki bağlantıları koparabileceğinden okurun neden sonuç ilişkisini görememe olasılığı söz konusudur. Belirli sayfalarda bulunan ‘alan haberlerinin’, söz konusu alanlarda uzmanlaşmış, olayları çok yönlü, tüm boyutlarıyla yorumlama ve değerlendirme yeteneğine sahip, alana hakim, bilgili uzman haberciler tarafından doğru bir biçimde kaleme alınmış olması ise, okurun olaylar arasındaki nedensellik ilişkisini çözmesine yardımcı olacaktır.

Dolayısıyla haberlerin belirli bir alanda uzmanlaşmış haberciler tarafından üretilmesi, okurların algıları üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır. Zira hayatın ve toplumun uğradığı tüm değişimler, hem okurları/ seyircileri hem de

gazeteciliği ve gazetecileri değiştirmiştir ve değiştirmeye devam etmektedir. Bugünün habercisi, uzman olsun ya da olmasın herhangi bir konuyu ele almaya, soruşturma, söyleşi, güncel olaylar üzerine haber ve röportaj yapmaya her zaman hazır olmalıdır. Geleceğin gazetecisinde de aranacak en önemli niteliklerden biri, gazetecilik mesleğinde ‘polyvalent’ olarak tabir edilen çok yönlülüktür. Ülkemiz basını ise, Batı Basını’nın ‘ihtisas haberciliği’ açısından ulaştığı noktanın ve bu bağlamda yapılan tartışmaların oldukça gerisindedir. Batı Basını, geleceğin habercisini, ‘farklı medyalarda yayınlanacak şekilde haber üretmeli, her türlü haberi yapabilmeli ya da haberin hazırlanmasının birçok aşamasında bulunmalı, film çekebilmeli, montaj yapabilmeli, televizyon yada radyoya çıkabilmeli, yani çoklu ortam habercisi olmalı’ şeklinde tanımlamaktadır. Bununla beraber en az bir alanda uzmanlaşmış olması da büyük önem arz etmektedir. Ülkemiz basınında ise, ‘genel alan muhabirleri’ sayıca ağırlıktadır ve uzmanlaşma alana özel bir eğitim almaktan ziyade ne yazık ki ‘alan tecrübesi’yle sağlanmaktadır.

Akademik çevrelerde, gazetecilikte uzmanlaşmaya doğru mu gidildiği, yoksa muhabirlerin çok yönlü olmaları mı gerektiği tartışmaları yapılırken, herkesin her şeye giriştiği deneysel çabalarla dolu bir dönemden geçilmektedir. Karmaşıkleşan toplumsal yaşam ve insan ilişkileri, farklılaşan üretim ve tüketim alışkanlıkları, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve çeşitlenmesi sanat kavramının sınırlarını da genişletmiştir. Tüm bunlara hızla ilerleyen teknolojinin sunduğu olanaklar da eklenecek olursa, artık neyin sanat olup neyin olmadığı konusu daha da belirsiz bir hal almıştır. Nasıl kendisini sanatçı olarak görenler, ürettiklerini de sanat eseri olarak nitelendiriyorsa, eline fotoğraf makinesi veya kamerayı hatta kameralı cep telefonunu alan pek çok kişi de haberciliğe soyunmakta, elde ettiği görüntüleri haber merkezlerine pazarlamaya çalışmaktadır. İngiltere’deki haber programı Five News ve Sun Gazetesi ise haberciliğe hevesli televizyon izleyicisi ve okurların çabalarını parayla ödüllendirerek, fotoğraf, video ve haberlere telif ödemeye başlamıştır. Tüm bunlara rağmen, gerçek sanatçılar ve gerçek haberciler var olmaya devam edecektir.

Diğer yandan internet ise bugün, gazetecilik mesleğinin tanımını yeniden yapmaktadır. 6.5 milyar insanın yaşadığı dünyada internet kullanıcı sayısının 1 milyar sınırına yaklaştığı ifade edilmektedir. Türkiye’de ise son yıllarda internet kullanıcı sayısının dünya ortalamasının üzerinde arttığı tahmin edilmektedir. İnternete haber amaçlı yönelen insan sayısı her geçen gün artmakta olup, ‘İnternet Gazeteciliği’ de hem batıda hem de ülkemizde ders konusu olmaya başlamıştır. İnternet medyası, yazılı basının önemli bir haber kaynağı haline gelmiştir. Öte yandan internet medyası da yazılı ve görüntülü basından beslenmektedir. Dolayısıyla internet haberciliğinin yazılı basını bitireceği iddiası, birbirinden besleniyor oldukları için, kısa dönemde mümkün görülmemektedir. İnternet, gelecekte gazetenin yerini alsa bile, haberi yine muhabir hazırlayacağından, ‘uzmanlaşma’ internet haberciliğinde de kendisini hissettirecek, uzman haberciler tematik haber sitelerinde bir araya geleceklerdir.

Yazılı basın kuruluşlarında çalışan habercilerin bugünden, internet haberlerine yönelen okurlara hizmet edebilmesi için, haberle birlikte farklı bir iş daha yapması gerekmektedir ki, o da ‘haberi işlemek’ tir. Haberi işlemekten kasıt, gün boyu haber bombardımanı altındaki yurttaşa, ihtiyacı olan bilgileri ayıklayıp seçerek, bunların gerçek anlamını, yani perde arkasını sunmaktır. Bunu layığıyla ancak, belirli bir alanda uzmanlaşmış haberciler yapabilmektedir. Oysa, tüm habercilerin habere konu olacak bir olayı tüm yönleriyle, tüm boyutlarıyla değerlendirmesi, analiz etmesi gerekirken; bu sorumluluk adeta bir yetenek gibi kabul edilip derinlemesine bilgi sahibi olmayla ilişkilendirilerek, ‘uzman muhabirlere’ yüklenmekte, sadece uzman muhabirlerin yapabileceği bir işmiş gibi yorumlanmaktadır. Ülkemizdeki genel yanlış, bir konuyu derinlemesine inceleme, araştırma ve soruşturma yapma sorumluluğunun, sadece araştırmacı gazetecilere ya da belli bir alanda uzmanlaşmış muhabirlere yüklenmiş olmasıdır. Öte yandan haberci belli bir alanda uzmanlaşırken, gazetecilik refleksini kaybetmemeli, kendisinden sadece uzmanı olduğu ya da uzmanlaştığı alanla ilgili haber yapması beklenilse de, önemsiz gibi görünen herhangi bir haberin yanından

geçip gitmesine izin vermemelidir ki bunu önlemenin yollarından biri rotasyondur ki mülakatlar neticesinde rotasyona sıcak bakıldığı ve uygulandığı görülmüştür.

Öte yandan kitle iletişim araçları herhangi bir konuyu sıklıkla işleyerek ona ağırlık ve önem veriyorsa; toplum da buna paralel bir ilgi göstermektedir. Şayet ayırdığı yer ve zaman olarak fazla üzerinde durmuyorsa kamuoyu ilgisi de alt düzeylerde oluşmakta ve bu ilginin sürekliliği gerçekleşmemektedir. O halde uzman habercilerin hata riski en aza inmiş, doğru haberlerle sıkça okurun karşısına çıkmaları, kamuoyu üzerinde olumlu etkiler yapacak, kamuoyu adeta marka haline gelmiş uzman habercilerin elinden çıkmış haberlere daha fazla itibar edecek, ilgi gösterecek ve aldığı haberden dolayısıyla bilgiden tatmin olacaktır. Ancak unutulmaması gereken şey, kitle iletişim araçları aracılığıyla haberlerin bütün dünyada insanlara hissettirmeden, yeniden işlenerek ve formatlanarak sunulduğudur. Haberler belli amaçlar doğrultusunda saptırılmakta ve doğru haber görüntüsüyle sunulmaktadır. Dezenformasyon, sadece yalan haber verme ya da haberi çarpıtma şeklinde algılanmamalıdır çünkü; bu durum çok ince tekniklerle topluma böyle bir durum olduğu hissettirilmeden uygulanmaktadır. Bunun için ‘gerçek dışı bilge veren’ ileti, inanırlılığın güvencesi olan ‘tarafsızlık görünümüne’ sahip olmalıdır. Dolayısıyla, insanlar üzerinde illüzyon yaratan kitle iletişim araçlarından yayılan her türlü içeriğe şüphe ile yaklaşmak gerekmektedir.

İdeolojik soğuk savaşın ardından kapitalizmin dünyanın tek hakimi olarak görüldüğü yeni dünya düzeninde, düzenin hakimleri olan devletler ve uluslararası şirketler, medyayı kendi menfaatleri doğrultusunda kullanmakta iletişim teknolojisindeki gelişmeler, farklı kültürel oluşumlara da imkan tanımamakta aksine dünya çapında hakim, başat ve tek bir kültürün oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Bunun en iyi örnekleri, dünyanın hemen her ülkesinde görülebilecek olan televizyon yayınları, standartlaşmış film ve programlarla, tek bir dil kullanan bilgisayarlardır. Enformasyon teknikleri, kültür hizmetlerinin niteliğini tanımlayan ve üreten tekelleşmiş bir kültür ve eğlence pazarının

doğmasını sağlamaktadır. Bu durum, insanların özgün kültürel çevreleriyle bağlantılarını sağlayan ve kültürel gelişmelerin özünü teşkil eden mekanizmaların hızla yok olmasına yol açmaktadır. Dünya televizyonlarındaki programlar büyük ölçüde ABD ve Hollywood kaynaklıdır. Amerikan kültürü ve hayat tarzı tüm dünyada televizyon ve sinema vasıtasıyla yaygınlaştırılmaktadır. Bu kültürel tekbiçimcilikten en muhafazakar ve kapalı toplumlar bile nasibini almaktadırlar. Bu etkinin yanı sıra türü ne olursa olsun haberin oluşumunda, habercinin görev yaptığı toplumun ideolojik atmosferi ve kültürel ortam da etkili olmaktadır. Basının kültür ve sanat alanında yaptığı üretimlerin, insanoğlunun birçok konuda birikim kapasitesini üst basamaklara taşıdığı ve toplumları gelişme sürecinde doğrudan etkilediği görülmektedir. Kültür sanatın geri plana itildiği toplumların uluslararası ilişkilerde etkileri ve saygınlıkları alt düzeylerde gerçekleşmektedir. Üstelik bu durumdaki toplumların, mensubiyet bilinci ve ulusal duyarlılık düzeyleri de yükselememektedir. Zaten yüzyıllar boyunca, ulusların uygarlık düzeyleri, ekonomik güçlerinden başka, bilimsel güce, özellikle sanat gücüne dayandırılmıştır. Kültür ve sanatta ulaşılan düzeyse üstünlük, toplumların tarihe yön verişinde ve tarih içinde oynayacakları rollerde de belirleyici olmaktadır. Özellikle 1945 sonrası, bilim, teknik, endüstri ve politika alanında meydana gelen birbirine bağlı ve sürükleyici gelişmeler yeryüzündeki büyük sermaye hareketleri, endüstriyel ve teknik gelişmeler- toplumlara özgürlük getirdiği kadar, şiddetli ve yıpratıcı korkuları getirerek huzursuzlukları da arttırmıştır. Bütün bunlar, bugünkü insanın sanata bakış tarzını da biçimlendiren gelişmelerdir ve günümüzde, insanların karşı karşıya kaldığı bu türden sorunlara çözüm olabilecek alanlardan biri de sanattır. Sanat eserleri, bazı kalıpları sürekli olarak zorlayıp aşarak, onların nitelik olarak daha üstün ve yoğun yeni seviyelere ulaşmasını sağlamaktadır. Kültür ve sanat ayrıca, bireylerin düşünme, değerlendirme süreçlerini, bir başka deyişle entelektüel eleştiri mekanizmalarını geliştirmektedir.

Toplumların ve günümüz insanının hem üreten hem de tüketici sıfatıyla sanata ve kültüre yönelişi, basını ve çalışanlarını da, kültür sanata yöneltmektedir. Ancak, kültür sanat çerçevesinde gerçekleşen etkinliklerin

basında yer alışı, söz konusu yayın organının özelliklerine ve genel yayın politikasına göre değişmektedir.

Eğitim seviyesi nispeten yüksek ve yönlendirilebilirliği de yine bu oranda nispeten düşük olan belirli bir topluluğa hitap eden, kolay okunma amacıyla olmayan fikir gazeteleri, kültür sanata hem ana gazetelerinde hem de eklerinde yer verirken, geniş kesimlerce takip edilen kitle gazeteleri kültür sanata daha az yer vermektedir ve bu ağırlıklı olarak hafta sonları yayınladıkları ekleri aracılığıyla olmaktadır. Sabah Gazetesi'nde kültür sanat haberleri 'Günaydın' ekinde 'Ajanda' başlığı altında verilmektedir ki bu bölümün kaplayacağı alanı, hatta 'Ajanda' adlı bölümün varlığını o gün o sayfaya girecek olan reklam sayısının belirlediği ifade edilmiştir ve bu durum, çalışmaya dayanak oluşturan ekonomi politik kuramı desteklemektedir. Yine kültür sanat sayfası olmayan kitle gazetelerinin, Picasso Sergisi ile ilgili haberleri ilk sayfalarından verdiklerini söylemeleri, sergiyi Türkiye'ye getiren Sabancı Holding'in aynı zamanda iyi bir reklam veren olmasıyla da yakından alakalıdır ki bu durum da kuramsal temeli güçlendirmektedir. Kitle gazetelerinde ekleri aracılığıyla ağırlıklı olarak hafta sonu yapılan kültür sanat haberciliği, ana gazetede yapılan 'sıcak habercilik' anlayışından uzaktır. Eklerin perşembe gününden baskıya girmesi, cuma günü yaşanan sıcak bir gelişmeyi değerlendiremeyecekleri anlamına gelmektedir zaten. Uzun bir süre gündem oluşturan aktüel kültür sanat haberleri, bu eklerde, uzun bir araştırma sürecinden geçirilerek derinlemesine ele alınmaktadır. Az sayıda muhabirle çok iş yapması beklenen kültür sanat servislerinde görev yapan haberciler, yoğun kültür sanat gündemi içerisinde, bir konuyu derinlemesine araştırarak tüm boyutlarıyla birlikte analiz etme olanağı bulamamakta; hatta önemli kültür sanat etkinliklerini kısa süreyle de olsa izleyememektedirler. Dolayısıyla araştırmacı gazetecilik faaliyetleri, artık yaygın bir biçimde gazetelerin eklerini hazırlayan servislerde yapılmakta ve ana gazetelerde değil de eklerinde bol miktarda yer alan, çoğu zaman uzman görüşü ve yorumuyla birlikte verilen kültür sanat haberleri derinlemesine araştırılarak ele alınan haberler olarak karşımıza çıkmaktadır. Zaman zaman da sanatçı ve akademisyenlerden yazılar

talep edilmektedir. Ana gazetede kültür sanat sayfası bulunmayan kitle gazeteleri ise mazeretlerini, 'eklerinde' tüm yönleriyle analiz edilen kültür sanat haberleriyle gidermektedir adeta. Ayrıca ağırlıklı olarak hafta sonu yayınlanan bu eklerde, yoğun bir biçimde, kültür sanatın edebiyat, sinema ve müzik gibi daha popüler olan konuları işlenmektedir ve sanki okurlar hafta sonu bir film seyretmeye, bir müzik albümü, bir kitap satın almaya sevk edilmektedir. Kültür sanat servislerinde görev yapmayı isteyen ve bu isteğini göreve başladığı ilk günden belirten muhabir adayının, arka planı ve entelektüel birikimleri alanla örtüşmektedir ki, bu çalışmada incelemeye alınan gazetelerin kültür sanat muhabirleri için de bu durum geçerlidir. Öte yandan, kitle gazeteleri daha geniş bir okur topluluğuna hitap etmekte ve okur kitlesinin büyük bölümü bu gazetelerin içeriği doğrultusunda ilgi alanlarını oluşturmakta ve yine bu içerik çerçevesinde bilgilenerek fikir sahibi olmaktadır. Bu şekilde toplum ilgisi, kitle gazeteleri aracılığıyla gereksiz alanlara kaymakta, toplumu oluşturan bireylerin bilinçlilik ve duyarlılıkları körelmektedir. Fikir gazetelerinin ise yüzer gezer olmayan sınırlı sabit bir okuyucu kitlesi bulunmaktadır ve bu kitle, çeşitli promosyon kampanyaları vb. dönemsel uygulamalarla büyük dalgalanmalar göstermemektedir. Bu nedenle, toplumların fikir yapıları üzerinde asıl belirleyiciliği kitle gazeteleri sağlamaktadır. Yine fikir gazetesi okurlarının yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanan medya okur yazarlığına sahip oldukları düşünülmektedir. Birey medyadan gelen mesajlar karşısında neyi özümseyiyor, neyi içselleştirip davranış modeli haline getirip, neyi reddediyor? Örneğin mesajları bilinçli bir tüketici olarak tüketebiliyor mu? Bu alışkanlığın küçük yaşlarda edinilmesi, gazete okumanın TV izlemenin bilinçli bir edime dönüştürülmesi, kendisine sunulan- hatta bazen sunulmayan – metni/mesajı eleştirel okuması, maruz kalınan mesajlar karşısında eleştirel bir bakış açısı edinilmesi ancak medya okuryazarlığı eğitimi ile mümkün görülmektedir. Bu eğitimin orta öğrenim müfredatına girmesi yararlı olacaktır.

Günümüzde gerek toplumda, gerekse basında; kültür sanata olması gereken önem ve değer verilmemektedir. Toplum ve basın, bu olumsuz durumu bir karşılıklı bağımlılık ilişkisi içerisinde sürdürmektedir. Toplumun kültür sanat yönünde ve daha nitelikli alanlar ile ilgili bir talebi bulunmazken, basın bu talebe uyum göstermekte hatta bu tip bir talebin gelmemesi için elinden geleni yapmaktadır. Öte yandan bazı gazeteler, bir kültür sanat sayfasına sahip olmayı tek başına bir prestij meselesi olarak kabul etmekte; bu sayfaların kimler tarafından, nasıl, hangi koşullar altında hazırlandığıyla ilgilenmemektedirler. Zengin ve renkli bir kültürel alt yapıya sahip olan ancak atıl tutulan ülkemizdeki potansiyelin yeniden ele alınarak doğru kullanılması gerekmektedir. Bunun başarılması halinde, öncelikle korumamız gereken mensubiyet bilincimiz arttırılmış olacak ve ulus olma bilincimiz toplumsal dokumuzu güçlendireceğinden ülkemizin uluslararası toplulukta konumu sağlamlaşarak hak ettiği yere ulaşacaktır. Bu durum, Atatürk'ün gösterdiği hedef ve çizgiye tam oturmaktadır. Gerçekten de dil, tarih ve inancın bütünleştiği nokta kültür ve sanat olup, bir toplumun hayat damarları demektir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Adaklı, Gülseren, **Türkiye’de Medya Endüstrisi**, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2006

Adem, Mahmut, **Milli Eğitim Planlaması**, Ankara, A.Ü. Eğitim Fakültesi Eğitim Araştırmaları Merkezi

Der: Alankuş, Sevdâ, **Gazetecilik ve Habercilik**, IPS İletişim Vakfı Yayınları:7, Habercinin El Kitabı Dizisi: 4, İstanbul, 2003

Alemdar, Korkmaz-Erdoğan, İrfan, **İletişim ve Toplum**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990

Alemdar, Korkmaz-Erdoğan, İrfan, **Popüler Kültür ve İletişim**, Ümit Yayıncılık, Ankara, 1995

Alemdar, Korkmaz-Erdoğan, İrfan, **Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları**, MY Yayınları, Ankara, 1998

Alemdar, Zeynep, **Oyunun Kuralı Basında Özdenetim**, Bilgi Yayınevi, Ankara, 1990

Baudrillard, Jean, **Sessiz Yığınların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu**, çev. Oğuz Adanır, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1991

Başkut, Cevat Fehmi, **Gazetecilik**, İ.Ü. İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü Yayınları, İstanbul, 1952

Der: Belsey, A.- Chadwick, R., **Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, çev: Nurçay Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998

Bir Çok Ses Tek Bir Dünya, İstanbul, Unesco Türkiye Milli Komisyonu, 1993

Bringes, Janet A., News Use On The Front Pages Of The American Daily, **Journalism Quarterly**, Vol:66, No:2, Summer, 1989

Bostancı, Naci, **Siyaset, Medya ve Ötesi**, Vadi Yayınları, Ankara, 1998

Burton, Graemer, **Görünenden Fazlası: Medya Analizlerine Giriş**, çev. Nefin Dinç, İstanbul, Alan Yayınları, 1995

Bülbül, Rıdvan, **Genel Gazetecilik**, Nobel Yayınları, Konya (tarih belirtilmemiş)

Campbell, F., **Journalistic Construction of News: Information Gathering**, New Library World, Vol.98, No.2

Der: Charon, Jean- Marie, **Medya Dünyası**, çev: Oya Tatlıpınar, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992

Chomsky, Noam, **Medya Gerçeği**, çev: Abdullah Yılmaz Tüm Zamanlar Yayıncılık, İstanbul, 1993

Çaplı, Bülent, **Medya ve Etik**, İmge Yayınları, Ankara, 2002

Çöl, Zeki, **Cumhuriyet'in 75. Yılında Spor Medyası**, 1998

Demirkent, Nezih, **Medya Medya**, Dünya, İstanbul, 1995

Doğan, İsmail, **Sosyoloji**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1998

Doğru, Necati, **Türkiye’de Ekonomi Haberciliği**, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri Tutanakları , Gazeteciler Cemiyeti Yayınları , İstanbul, 1985

Haz: Eco, Umberto, **Güzelliğin Tarihi**, çev: Ali Cevdet Akkoyunlu, Doğan Kitapçılık, İstanbul, 2006

Ellul, Jacques, **Sözün Düşüşü**, çev. Hüsamettin Arslan, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1988

Ergül, Hakan, **Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi**, İletişim Yayınları , İstanbul, 2000

Eroğlu, Feyzullah, **Davranış Bilimleri**, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2004

Eroğlu, Semih, **Türk Spor Basını**, A.Ü’ nin Kuruluşunun 40. Yılına Armağan Yıllık, Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara, 1987

Fowler, Roger, **Language In The News**, Routledge, New York, 1991

Gaillard, Philippe, **Gazetecilik**, çev:Mehmet Selami Şahinoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991

Gans, Herbert J., **Deciding What's News**, Pantheon Boks, New York, 1979

Garih, Üzeyir, **Pazarlama, Tanıtım, Halkla İlişkiler**, HayatYayınları, İstanbul, 2000

Graber, Doris A., **Mass Media and American Politics**, Politics and Public Policy Series, University of Illinois, Chicago, 1980

Güneş, Sadık, **Medya ve Kültür**, Vadi Yayınları, Ankara, 1996

Güvenç, Bozkurt, **İnsan ve Kültür**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1994

_____, **Kültürün ABC'si**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997

Hartley, John, **Understanding News**, Routledge, New York, 1991

Hohenberg, John, **Gazetecilik Mesleği**, çev:Filiz Ofluğlu, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, No.1, İstanbul, 1963

İnal, Ayşe, **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları, İstanbul, 1996

Itule, Bruce D.- Anderson, Douglas A., **News Writing and Reporting for Today's Media**, Arizona State University, Rondon House, New York, 1987

Kanber, Rıdvan, **Medya ve Sağlık**, Türk Sağlık- Sen Yayınları, No: 5, Ankara, 2003

Karabay, Nahide, **Gazetecilik ve Haber(Kuramsal Bir Yaklaşımla)**, Meta Basım, İzmir, 2000

Katz, Elihu – Szecskö, Tames, **The Missing Dimensions- News Media and the Management of Social Change in Mass Media and Social Change**, Peter Golding, sage Studies in International Sociology, sage Publications, Londra, 1981

Kınay, Cahid, **Sanat Tarihi**, Kültür Bakanlığı Yayınları /1443, Ankara, 1993

Kızıldağ, Şaban, **Müzikten Popüler Kültüre Medya  ocukları**, Şehir Yayınları, İstanbul, 2001

Koloğlu, Orhan, **Osmanlı 'dan Günümüze Türkiye'de Basın**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1992

Mattelart, A- Mattelart, M, **İletişim Kuramları Tarihi**,  ev: M. Zıllıoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul, 1988

Moles, Abraham A., **Kültürün Toplumsal Dinamiğı**,  ev: Nuri Bilgin, E. . Edebiyat Fakültesi Yayınları, No: 21, İzmir, 1983

Mutlu, Erol, **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları, Ankara, 1994

Negrine, Ralph, **Politics and the Mass Media**, Routledge, London, 1989

Oktay, Ahmet, **Toplumsal Değışme ve Basın**, B/F/S Yayınları, İstanbul, 1987

 zk k, Ertuğrul, **İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin   z l ş **, Ankara, Tan Yayınları, 1985

Pew Research Center Biennial News Consumption Survey, The Pew Research Center for People & the Press, June 8, 1998

Sezgin, Suat, **Basında Fotoğraf lık**, Der Yayınları, İstanbul, 1994

S ylemez, Alev, **Medya Ekonomisi ve Türkiye  rneğı**, Haber Eğıtim Vakfı, Ankara, 1997

Stein, M.L., **Getting and the Writing the News a Quite to Reporting**, California State University, Longman Series in Public Communication, New York-London, 1985

Storey, John, **Popüler Kültür  alışmaları Kuramlar ve Metotlar**,  ev. Koray Karaşahin, Babil Yayınları, İstanbul, 2000

Tılıç, Doğan, **Utaniyorum Ama Gazeteciyim**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1998

Tokgöz, Oya, **Temel Gazetecilik**, A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları:8, Ankara, 1987

Toffler, Alvin, **Third Wave**, Bantom Books, USA, 1990

Uluç, Hıncal, **Sarı Kırmızlı Kaşkol**, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1987

Uzun, Ruhdan, **Türkiye’de Spor Basınının Etik Anlayışı**, İletişim Yayınları, 2004

Van Dijk, Teun A., **News As Discourse**, Laurance, London, 1998

Varış, Fatma, **Eğitim Bilimine Giriş**, Ankara, AÜ. Eği. Fak. Yay. No.98, Sevinç Matbaası,1981

Wasko, Janet, **What’s So ‘New’ About the ‘New’ Technologies in Hollywood? An Example of the Study of Political Economy of Communications”**: Rethinking Communications: Volume 2, Paradigm Exemplars (içinde) editors: Brenda Dervin, Lawrance Grossberg, Barbara J. O’Keefe ve Elen Wartella. Newbury Park, London ve New Delhi: Sage Publications., 1989

White, David M., **The Gatekeepers- A Case Study In The Selection of News, People, Society and Mass Communication**, The Free Pres, New York, 1964

Whitlam, Stevan- Preston, Hugh, **Sports Journalism As An Information Resource: A Case Study**, New Library World, Volume.99 No.1143

Williams, Raymond, **Kültür**, çev: Ertuğrul Başer, İletişim Yayınları, İstanbul, 1993

Willis, Jim, **The Shadow World**, Life Between the News Media and the Reality, New York Westport, Connecticut London Praeger, 1991

Yılmaz, Sıdika, **Televizyon Haberciliğinde Türkiye Örneği; TRT-STAR 1 Haber Yayıncılığının Karşılaştırılması**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kitle İletişim Anabilim Dalı, İzmir, 1993

Yumlu, Konca, **Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları**, Nam Basım, İzmir, 1994

Yüksel, Erkan, **Medyanın Gündem Belirleme Gücü**, Çizgi Yayınları, Konya, 2001

MAKALELER

Çebi, Murat Sadullah, **Kitle İletişim Araçlarının Gerçekliğin Yansıtılması ya da Kurulması Sürecindeki Rolü**, İletişim, No: 17, 2003

Çetinkaya, Tuncer, **Eğitim Muhabirliği**, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl:1, Sayı:4, İstanbul, Kış 2006

Erdoğan, İrfan, **Popüler Kültür: Kültür Alanında Egemenlik ve Mücadele**, Popüler Kültür ve İktidar, der: Nazife Güngör, Vadi Yayınları, Ankara, 1999

Esra D. Arsan, **Haber ve Habercilik**, Gazetecilik ve Habercilik, der: Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, Habercinin El Kitabı Dizisi:4, İstanbul, 2003

Hackett, R, **Decline of a Paradigm (Bir Paradigmanın Önemini Yitirishi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik)**, çev: Ayşe İnal, A.Ü. İLEF Yıllık 1997- 1998

Hall, Stuart, **İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü**, Medya İktidar İdeoloji, der.ve çev.Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1994

Hall, Stuart, **Haber Fotoğraflarının Belirleyici Özellikleri**, çev: Ali M. Bayrakoğlu, İletişim- 2005, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını, Sayı: 21

Girgin, Atilla, **Haber Ajanslarının İlki: HAVAS**, Akademi İletişim, BİLDİR Yayınları, Yıl:1, No: 4, İstanbul, 2006

İnal, Ayşe, **Medya, Dil; İktidar Sorunu: İletişim Çalışmalarında Medya ve Siyaset İlişisini Nasıl Tartışmalıyız?**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1999

Kaya, Fethullah, **İletişim Fakülteleri Gereksiz mi?** Akademi İletişim, BİLDER Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006

Lundby, Knut- Ronning, Helge, **Medya- Kültür- İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması**, Medya, Kültür, Siyaset, der. S. İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1997

Mc Quail, D. - Windahl, S. **Kitle İletişim Modelleri**, çev:Konca Yumlu, İmge Kitabevi, Ankara, 1997, ss.60-61

Murdock, G- Golding, P, **Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik**, Medya Kültür Siyaset, der. S. İrvan, Ark Yayınları, Ankara, 1997

Mutlu, Erol, **İletişim Çalışmaları Alanına Aykırı Bir Bakış: Bir Üst İletişim Olarak İletişim Çalışmaları**, İLEF Yıllık, 1994- 95

Seçim, Filiz, **Haber Kavramı ve ABD Basınında Dış Haberler**, Kurgu, Sayı:12, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, 1993

Tolungüç, Ahmet, **Yeni Bir Gazetecilik Eğitime Doğru**, Akademi İletişim, BİLDER Yayınları, Yıl: 1, S:4, İstanbul, 2006

Tunalı, İsmail, **Medya ve Kültür**, rh Sanat, Sayı:9, Mart/Nisan 2004, İstanbul

Tuncay, Suavi, **Sanat, Kültür ve İletişimin Sosyal Dokunun Oluşumuna Katkısı**, Türk Dünyası Araştırmaları, İstanbul, Şubat 2000/01

Tuncay, Suavi, **Kamu Hürriyetleri ve Kamusal Alan İlişkisi Açısından İnsan Haklarının Algılanması ve Basının Rolü**, EKEV Akademi Dergisi, Yıl: 8, Sayı:19, Erzurum, 2004

Uluç, Öcal, **Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği**, Futbol, Medya ve Olimpiyat Semineri, Belek/ Antalya, 23- 24 Aralık 1997, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları

Uzun, Ruhdan, **Türkiye’de Spor Basınının Etik Anlayışı**, İletişim 2004/19

Ülman, Haluk, **Dış Politika Haberciliğinde Çağdaş Gelişmeler**, Seminer Tutanakları, Hürriyet Vakıf Eğitim Yayınları, No: 6, İstanbul, 1984

Van Dijk, Teun A., **Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları**, Medya, İktidar ve İdeoloji, der.ve çev.Mehmet Küçük, Ark Yayınları, Ankara, 1994

Williams, Kevin, **Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar**, der: A. Belsey- R. Chadwick, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1998

ANSİKLOPEDİLER

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi, cilt no: 15

Gelişim Hachette Ansilopedisi, cilt no:8, 10, 14

Meydan Larousse Ansiklopedisi, cilt no:12

Milliyet Büyük Ansiklopedi, cilt no:4, 13, 14

Thema Larousse Ansiklopedisi, cilt no:9

MÜLAKAT VE ELEKTRONİK POSTALAR

Çolak, Ali, Zaman Gazetesi, Kültür Sanat Servisi Editörü, 17 Mart 2006, , İstanbul

Devrim, Tarık, Hürriyet Gazetesi, İnsan Kaynakları ve Haber Editörü, 17 Mart 2006, İstanbul

Kara, Hakan, Cumhuriyet Gazetesi, Haber Müdürü, 18 Mart 2006, İstanbul

Karahan, Jülide, Zaman Gazetesi, Kültür Sanat Muhabiri, e-posta,19 Aralık 2006, İstanbul

Korkut, Celal, Hürriyet Gazetesi, İstihbarat Servisi Müdürü, 17 Mart 2006, İstanbul

Örnek, Aslı, Sabah Gazetesi, Kültür Sanat Editörü/Muhabiri, e- posta, 15 Kasım 2006, İstanbul

Satmış, Doğan, Sabah Gazetesi, Genel Yayın Yönetmeni Yardımcısı, e- posta, 31 Ekim 2006, İstanbul

Yılmaz, İhsan, Hürriyet Gazetesi, Kültür Sanat Servisi Şefi, 17 Mart 2006, İstanbul

DiĞER

Haz: Aydoğan, Bilge Evrim, **Sanat Medya İlişkisi**, RH Sanat, Sayı: 9, Mart/Nisan 2004, İstanbul

Röp: Çimen, Fulya, **Köşe Yazarlığına İnanmıyorum**, İskender Baydar İle Söyleşi, MediaCat, Yıl:14, Sayı:143, Aralık 2006

Duman, Selahattin, **Kültürüm Var Zurnalı, İşlemesi Aynalı**, Sabah Gazetesi, 02.12.2000

Haluk Şahin, **İletişim**, İ.Ü. İletişim Fakültesi Gazetesi, 20 Haziran 1997

Hayvansal Fanatizm, ATV Ana Haber Bülteni, 27 Mayıs 2006

Kavaklı, Oğuzhan, **Ekonomi Basını**, Gözlem Dergisi, 31.08.1998

_____, _____, **Ekonomi Gazeteciliği ve Gözlem Gazetesi**, Gözlem Dergisi, 21 Ağustos 2000

Korkmaz, Perihan, **İngiliz Medyası Çalışkan Okura 100 Sterlin Verecek**, Sabah Gazetesi, Pazar Eki, 12.11.2006

Munyar, Vahap, **Ekonomi Muhabirliği**, Genç Basın Dergisi, Basın Yayın Meslek Yüksekokulu Mezunları Derneği Aylık Yayın Organı, Yıl:1, Sayı: 2

Röp: Sağiroğlu, İsmail, **Marks Bugün Yaşasaydı Bilginin Paylaşılması İçin Mücadele Ederdi**, Haluk Şahin ile Söyleşi, Akademi İletişim, Yıl:1, Sayı:4, İstanbul, 2006

Özgür Basın, Yıl: 5, Sayı: 50- 51, İstanbul, 1993

Spor Spesifik Pazarlama İletişimi Dergisi, Ocak- Şubat 2003, Media Cat

Tunalı, İsmail, **Medya ve Kültür**, rh Sanat, Sayı:9, Mart/Nisan 2004

Tuncay, Suavi, **Popüler Kültür Ders Notları**, E.Ü. İletişim Fakültesi, 2005, İzmir

Uluç, Öcal, **Günümüzde Spor Gazetecisinin Kimliği**, Futbol, Medya ve Olimpiyat Semineri, Belek/ Antalya , 23- 24 Aralık 1997, Türkiye Spor Yazarları Derneği Yayınları

Zincirkıran, Necati, **Hürriyet ve Simavi İmparatorluğu**, Sabah Yazı Dizileri, İstanbul, 1994

İNTERNET ADRESLERİ

<http://people-press.org>, Pew Research Center Biennial News Consumption Survey, The Pew Research Center for People & the Press, June 8, 1998

<http://www.ejc.nl/pdf/pub/jt.pdf>, Erişim:01.03.2005, Ingeborg Hilgert, A General Or Specialist Training, European Journalism Training In Transition The Inside View, edit:Jan Bierhoff- Mogens Schmidt, European Journalism Centre, Maastricht, 1997

<http://www.bond.edu.au/hss/communication/ANZCA/papers/JMcGregorpaper.pdf>, Erişim:12.11.2005, Judy McGregor/ Massey University, Restating News Values: Contemporary Criteria For Selecting The News

http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/42_137-152.pdf, Erişim:05.08.2006, Sigurd Allern, Journalistic And Commercial News Values: News Organizations Patrons Of An Institution And Market Actors

<http://us.geocities.com/siyasaleglence/index.html>, Erişim: 12.07.2006, Figen Algül, Günümüzde Siyasal İletişim ve Medyanın Buluşma Noktası: Politainment, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Radyo- TV Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004

<http://www.milef.com/dosyalar/medya.pdf>, Erişim: 29.09.2006, Ömer Özer, Medya Alanında Tekelleşme: Ankara'daki Muhabirlerin Tekelleşmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri, I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı, 23- 25 Kasım 2005

<http://birkok.net/file.php/2/yayin/POSTMODERNIZM.pdf>, Erişim: 20.08.2006, M. Cüneyt Birkök, Modernizmden Postmodernizme: Yeni Problemler, İstanbul, 1998, ss.13

<http://www.radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/1999/03/07/yasam/gaz.html>, Radikal2- Online, Yaşam, Gazeteciliğin Dört Temel Tanımı

<http://radikal.com.tr/diger/ekler/radikal2/1999/08/08/yasam/med.html>, Erişim:06.09.2004, Ragıp Duran, Medya Bağımsızlığı

<http://www.evrensel.net/03/01/28/medya.html>, Ragıp Duran, Yeni Bir Gazete Nasıl Çıkarılır

http://www.acikradyo.com.tr/default.aspx?_mv=a&aid=14811&cas=943, Erişim:30.05.2006, Medya Konuşmaları VIII: Medya Eleştirisi, Ragıp Duran ile Röportaj

<https://www.insankaynaklari.com/ikdotnet/Default.aspx>, Erişim: 14.04.2005, Dilruba Çatalbaş, Medyada Eğitim: Ne, nerede?

<http://www.netyorum.com/sayi/162/20050406-07.html>, Erişim: 18.10.2005, İbrahim Ortaş, Orta Öğretimden Üniversiteye Taşınan Eğitim ve Öğretim Sorunları

<http://www.istabip.org.tr/hf/hf297.asp>, Erişim: 21.07.2006, İstanbul Tabip Odası Başkanı Orhan Arıoğul ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Nail Güreli İle Söyleşi: Hedef Sağlıklı Sağlık Haberleri ve İyi Hekimlik

<http://www.ttb.org.tr/TD/TD67/13.html>, Erişim: 09.09.2002, Füsün Sayek, Sağlıklı Haber İçin Sağlıkçılara Düşen Nedir?

<http://www.saglik-info.com/NETGAZETE/haberarchive3.asp>, Erişim: 25.10.2005, Sağlık Haberciliğinde Uzmanlaşma Başladı

http://www.sagliginsesi.com/face/?sayfa=yazi_devam&hid, Erişim: 06.01.2005, Faik Çelik , Sağlık Haberciliği Ve Hekimler

<http://www.istabip.org.tr/bg/2004/042.html>, Erişim: 15.01.2004, Doğan Tılıç, Türk Medyasında Bir Mayın Tarlası: Sağlık Haberciliği, Tıp Dünyası, Sayı:116

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=5716> , Erişim:
31.01.2006, Erkan Yüksel, Türk Gençinin Bilim ve Teknoloji Haberlerine Bakışı

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/article.php?sid=5296>, Erişim:24.10.2005,
Erkan Yüksel, İletişim Fakültelerine Bir Öneri

www.ilet.gazi.edu.tr/iletisim_dergi/19/cerrahoglu.pdf , Erişim:17.12.2005, Necati
Cerrahoğlu, Türkiye’de Spor Gazeteciliği İmajı, Bahar- Kış 2004

<http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/spor-basini-tam.doc>, Erişim: 11.06.2006,
Halil İbrahim Gürcan- Ufuk Tözelik, İnternette Spor Basını

http://www.turkfutbolu.net/yayinlar/hakan_dilek/islam_cupi.html,
Erişim:06.02.2004,Hakan Dilek’in Kaleminden Ünlü Fenerbahçeliler, 1. Bölüm-
İslam Çupı

<http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php?tm=3&sahypa=habaroka&haberno=35&tarih>, Erişim: 01.02.2004, Medyaya ‘Çocuk Aşısı’

http://www.medyakronik.com/arsiv/netdunya_180501htm, Erişim:
18.10.2005,Ceylan Özerengin, Biri Fransızları da gözetliyor

www.ilef.ankara.edu.tr, Erişim: 21.03.2003, Geleneksel Yayıncılığa Alternatif
Bir Medya Modeli Olarak İnternet Yayıncılığının Konumu ve Önemi

<http://teknoloji.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1122>, Erişim: 23.04.2006, Okur ve
Reklam İnternete Kayıyor

<http://www.istanbul.edu.tr/iletim/index.php?tm=4&sahypa=habaroka&haberno=628>, Erişim:13.03.2006, Televizyon Radyoyu Bitirmedir İnternet de Gazeteyi
Bitirmeyecek

<http://inet-tr.org.tr/inetconf7/eposter/gurcan-batu.doc>, Erişim: 21.03.2006, Halil
İbrahim Gürcan- Çiğdem Batu, İnternet Haberciliğinde Sanal Yazı İşleri ve
Gazetecilikte Değişen Roller

cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/11/30/844554.pdf, Murat Vural, Embedded
İliştirilmiş Gazeteciliğin Etik Çerçeve ve Değerlendirilmesi

<http://www.bianet.org/2003/04/25/18038.htm>,Embedded: İliştirilmiş Değil Askeri
Yatılı

<http://www.fotomuhabiri.com/savas/savas01.html>, Erişim:09.08.2006, Ali Koçak,
Görev Yeri Gitmeden Önce

<http://www.byegm.gov.tr/seminerler/kt7.htm>, Erişim: 09.05.2006, İsmet Berkan, Gazeteci- Politika İlişkileri

www.manas.kg/pdf/sbdpdf13/makaleler/23.pdf, Erişim: 27.06.2005, Nahide Öztürk, Azınlık Gruplarının Toplumsal Entegrasyon Sürecinde Azınlık Medyasının Rolü-Almanya’da Yaşayan Türk Toplumunu ve Türkçe Gazeteler

www.byegm.gov.tr/seminerler/duzce_vii/duzce_13.htm - 37k, Erişim: 09.05.2006, Behçet Fakihoğlu, Objektif Gazetecilik ve Medyada Güven

<http://kadmon.blogspot.com/atom.xml>, Erişim: 05.08.2005, Yeni Medya Yeni Dünya, Gelişim Platformu Seminer Notları 2

www.ilef.ankara.edu.tr/conference/gorsel/dosya/1113331186fejs_rapor.doc, Erişim:13.10.2005, Yeni Medya Mimarisi, Gazeteci : İçinde mi Yoksa Dışlandı mı?

<http://www.haberoku.net/Detay.asp?GuvenlikID=66O67O70O71>,Erişim:27.03.2006, Karhan: Yanlış Başlık Hayat Kurtarır

<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=177740>, Erişim: 05.02.2006, Hakkı Devrim , Bilir misiniz, bir intihar olayı ne zaman magazin haberine dönüşür?

<http://yayim.meb.gov.tr/dergiler/sayı57/dagtaş.htm>, Erişim:04.08.2005, Erdal Dağtaş, Magazin Eklerinde Yaşam Tarzlarının Yeniden Üretimi

http://www.kongar.org/medyanotu/215_Magazin_Haberciligi_de_Ciddi_Istir.php, Erişim: 11.03.2005, Emre Kongar, Magazin Haberciliği de Ciddi İştir

<http://www.emd.org.tr/page.php?ID=22>, Erişim:16.02.2004, Vecdi Seviğ - Muzaffer Gençtoğan, EMD’nin 10 Yıllık Tarihi

<http://www.istanbul.edu.tr/iletisim/Etkinlik/3.12.05.2000.htm>, Erişim: 09.07.2004, Orhan Erinç, İ.Ü. İletişim Fakóltesi’nin 50. Kuruluş Yıldönümü Nedeniyle Düzenlenen Gazetecilik Üzerine Söyleşi

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/yazarlar/ed.htm>, Erişim: 03.11.2004, Esra Arslan, İtinayla Okur Çarpılır Nabız Tutulur

<http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=5280>, Erişim: 21.10.2005, Derya Deniz Kırıcı, Sürü Gazeteciliği

http://www.medyakronik.com/arsiv/netdunya_180501.htm, Erişim:21.08.2004

<http://www.ekorehber.com/yazici.php?haberno=4301&tarikh=13/08/2001>, Erişim: 23.07.2004, Faruk Tırkoğlu, Medya Kriz Dersinden Sınıfta Kaldı

<http://www.insankaynaklari.com/CN/ContentBody004.asp?BodyID=2743>, Erişim:17.10.2006, Medyada Ücret ve Terfi Olanakları

<http://www.medyakronik.com/guncel/tbora.asp>, Erişim:11.03.2002, Tanıl Bora, Mesafe Ayarları

www.e-aso.org.tr/asomedyaya/nisan2003/forumnisan2003.html - 62k, Erişim: 24.08.2004

www.columbia.edu/cu/najp/publications/researchreports/rta2.html - 16k, Erişim: 19.03.2005

http://www.ortadogugazetesi.net/haber_d.asp?haber=4886, Erişim:14.02.2006, Kenan Akın, Medyada İnsana Yatırım

<http://www.istanbul.edu.tr/iuha/index.php?tm=8&sahypa=habaroka&habarno=287>, Erişim:30.11.2005

<http://www.altkitap.com/kitap.asf?kitapid=5>, Erişim:03.04.2004

www.tempodergisi.com.tr/kose/ali_atif_bir/03707, Erişim: 11.03.2005

<http://kadmon.blogspot.com/atom.xml>, Erişim: 14.02.2005, Medya Dönüşürken Yeni Teknolojiler ve Gelecekte Habercilik

<http://turkresmi.com/klasorler/yerellesme/index.htm>, Erişim:12.10.2006, Yerelleşme, Yöreselleşme ve Özgünleşme Çabalarına Doğru

<http://www.bunyaminkara.com/sanat.htm>, Erişim:06.08.2003, Sanat Nedir?

<http://www.evrensel.net/04/02/18/kultur.html#2>, Sanata Banka Damgası

http://www.historicalsense.com/Archive/Fener64_1.htm, Erişim:05.08.2003, Uygarlık, Kültür ve İnsanlık

<http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&GosterNo=283>,
Erişim: 03.08.2006, Muhammed Bozdağ, İşlam ve Batı Felsefesinin Sanata
Etkisinin Teorik Çerçevesine İlişkin Bir Tartışma, Yaz 1996, Sayı: 55

<http://www.sanatalemi.net/KoseYazilari.asp?nereye=yazioku&ID=4035>,
Erişim:17.11.2006, Abdurrahman şen, Kùltür Sanat Hakkında Yazmak

<http://www.resimsanati.com/web/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=5>, Erişim: 26.08.2006, Hüseyin Elmas, Resim Sanatı Bağlamında; Sanatçı-
Sanat Eseri ve İzleyici Üçgeni Üzerine

<http://www.fotografya.gen.tr/issue-6/sanat.html>, Erişim:11.06.2006, Serap Etike,
Sanat Nedir?Fotğrafya, sayı 6

http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/s_sever/s_sever.html, Erişim:14.06.2006,
şeyda Sever, Belgesel Fotoğraf ve Haber Fotoğrafı; Fark Nerede? Fotğrafya, sayı
13

http://poetikhars.com/belgeler/cumhuriyet_doneminde_guzel_sanatlar,
Erişim: 19.06.2006, şennur Kaya, Cumhuriyet Döneminde Güzel Sanatlar, Resi-
Heykel- Mimari

<http://www.forumta.com/archive/index.php?t-92958.html>, Erişim:21.09.2005,
15. Yüzyıldan Günümüze Kadar Anadolu'da Resim

http://www.sabah.com.tr/ozel/mimarlik1109/dosya_1109.html, Erişim:09.08.2006

<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=160204>, Erişim: 31.07.2005

http://www.trbilgi.net/index.php.ind=news&op=news_show_single&ide, Erişim:
03.10.2004

http://www.geocities.com/medyanaliz3/tarihce_gazeteler.htm, Erişim:10.01.2006
der: Serhat Hürkan, Gazeteler- Gazeteciler/ Dergiler- Dergiciler

http://www.pusula.tv/modul_yasam/teknoloji_detayli.asp?Gundem=1193,
Erişim:12.05.2006

www.columbia.edu/cu/najp/publications/researchreports/rta2.html - 16k, Giriş:
19.03.2005

www.ozgurpolitika.org/2002/08/01/hab39.html-21k, Erişim: 12.11.2003

<http://www.forumta.com/archive/index.php?t-92958.html>, Erişim:09.11.2003

<http://www.ntv.com.tr/news/367065.asp>, Erişim:12.08.2006

<http://www.habervitrini.com/haber.asp?id=128979>, Erişim: 05.12.2005, Hayda!
Turgay Ciner Cumhuriyet Gazetesi'nin Gizli Sahibi Çıktı

<http://www.zaman.com.tr/webapp-tr/haber.do?haberno=447704>, Erişim:
06.11.2006, Zaman 20 Yaşında

www.doganholding.com.tr, Erişim:15.01.2006, Hürriyet Gazetesi

<http://www.parkgroup.com.tr/tr/gd.htm>, Erişim:07.08.2006, Sabah Gazetesi

www.zaman.com.tr/2001/12/10/televizyon/butun.htm-23k, Erişim: 14.04.2005

ÖZGEÇMİŞ

1972, İzmir doğumlu. İlk, orta ve lise öğrenimini İzmir’de tamamladı. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü’nden 1994 yılında mezun oldu. Aynı yıl, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Bölümü’nde yüksek lisans öğrenimine başladı. 1997 yılında “**Türk Basınında Lotarya ve Promosyon Olgusu**” konulu tez çalışmasıyla yüksek lisansını tamamladı. 1998 yılında aynı üniversite ve enstitüde doktora eğitime başladı. İyi derecede İngilizce bilmektedir.

Lisans eğitimine devam ederken Tercüman Gazetesi’nin İzmir Bürosu’nda, lisans eğitiminin ardından SKY TV’de muhabir olarak görev yaptı. 2001 yılından itibaren Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi’nde Basın / Halkla İlişkiler Uzmanı olarak görev yapmaktadır.