

Medya ve Bilgi Kirliliđi

Marina Zapf

Kısa süre önce gazetede Twitter'deki özel haberlere ve diğer haberlere katılıp katılmadığımızı tartışmıştık. Önceleri ben şöyle düşünüyordum: Bu da ne şimdi? Twitter, genç insanların kendi aralarında cep telefonlarıyla yaptıkları bir görüşme değil mi? Ama hemen bu düşüncemden vazgeçmek zorunda kaldım. Şöyle ki, Twitter, ciddi bir hizmet sunucusu olarak insanın kendi bilgileri ve kendi markasıyla görünmek istediği bir platformdur.

Yani İnternette yaşanan sürekli devrim de devamlı olarak redaksiyon odalarını doldurmaktadır.

İnternet bugünlerde yine büyük bir gelişme yaşıyor. Gittikçe artan bir

enformasyon akışı ile birlikte bir gerçek zaman İnterneti geliyor. 200 milyon kullanıcı Facebook veya Twitter sayfalarındaki akışı gerçekleştireyor. Kullanıcıları şimdiye kadar geleneksel medyanın haber sayfalarına yönlendiren Google News gibi büyük portallar önemini yitirmektedir.

Bu akış ne kadar artarsa ve ne kadar belirsizleşirse, nitelikli gazeteciliğin – baskıda marka olarak, çevrimdışı veya çevrimiçi binlerce sayfaya yayılmış – ama aynı zamanda göze çarpan, objektif katma değerle kendini gösteren ve siyasetçilerin de meşruiyet kazanmak için seçimlerde yapmak zorunda oldukları gibi – okunmaya değer bulunması ve böylece meşruiyet kazanmasıdır.

Hitwise adlı araştırma şirketi kısa süre önce İngiltere için linklerin – Twitter üzerinden yayılan – yaklaşık %10'unun geleneksel medyanın haber sayfalarına yönlendirdiklerini tespit etti. Bu durum, söz konusu medyanın ürettiği gazetecilik ürünlerinin henüz önemini kaybetmediği şeklinde bir teselli olabilir. Ama bununla birlikte çevrimiçi gazetecilik ise kötü bir imaja sahiptir.

Genç gazetecilerin kendilerinin araştırıp kendi haberlerini yazmadıkları, sadece ajanslardaki malzemeleri işlediklerinden şikayet edilmektedir. Gazeteciliğin magazinleşmesinden bahsedilmektedir – klikler, kotalar ve cazip sözler revaçtadır. Örneğin Frankfurter Allgemeine Gazetesi'nin editörü Schirrmacher nitelikli gazeteciliğin "hırslı medya mantığının hızlı ve her zaman yeni haberler peşinden koşmasının tehdidi altında olduğundan" şikayet eder.

Gerçek şu ki, gazetecilerin rolleri değişiyor – geleneksel medya yorumlamadaki egemenliğini kaybediyor – hegemonyası sarsılıyor, yani

enformasyon bekçiliği işlevi kayboluyor. Eğer bloglarda veya video portallarında her türlü konuda istenmeyecek derecede bilgi bulunuyorsa, insan her yerden bilgi edinebilir. Bu aynı zamanda gazetecinin okuyucuya olan bilgi üstünlüğünün azaldığı anlamına gelir.

Baskıların sürekli azalmasına ilave olarak İnternetteki bu önem kaybını dengelemek için birçok saygın medyanın eğilimi yer yer hiçte hoş olmayan bir yöne doğru gidiyor. Basın dünyasında işler basitleştiriliyor, sesler yükseltiliyor ve sansasyon hevesi artıyor. Bunun yanında magazinleşme kötü olmak zorunda değil – bunun başarılı örnekleri de var – ama buradaki çirkin gelişme, maalesef sansasyon gazeteciliğidir, bazen okuyucuyu esir alacak ve kendine bağlayacak bilgilendirmeden sadece küçük bir adım – klişelerle, üstü kapalı steryotipler, ayrımcı karikatürlerle.

Bunun en yeni örnekleri karikatür krizi ve Hz. Muhammed'in resmedilmesi hakkında yapılan haberlerdir. Bu olayda, sınırsız düşünce özgürlüğü, dini kültür tabusuna cephe almıştı. Örneğin Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (IFJ) genel sekreteri Aidan White bunun ardından medyanın niteliği konusundaki talepleri ortaya koydu.

Kendisi, medyanın, nitelikli medya temsilcilerinin elinden çıktığında nasıl birer "yıkıcı silaha" dönüşebileceğine üzüldüğünü söyler.

"İyi bir gazeteciliği tehdit eden şeylerin

- itaatkar medyanın kutupsal manipülasyonu
- ayrılıkçı veya ırkçı steryotiplerden yararlanma
- sansasyon isteği ve yüzeysellik

Ama – ki bu dikkate değerdir – White aynı zamanda düşünce özgürlüğünün sadece yayınlama hakkı değil, bilakis yayınlamama hakkı olduğuna da işaret etmektedir. Ve burada gazeteciler mesleklerinin şu üç temel ilkesini dikkate almak zorundadırlar:

- Gerçeklere riayet etme
- Tarafsızlık ve
- Örn. bir amaca yönelik tahrikler sonucunda ortaya çıkacak zararların mümkün mertebe önlenmesi.

Yani günlük yaşamda bizim için bu “gizli bir gündem” tarafından manipüle edildiğimiz farkına vardığımız takdirde iyi bir manşet olabilecekse bile bir hikaye yazmama anlamına da geliyor.

White, karikatür krizinden sonra “çoğunluğun kararı belli. Nihayetinde Avrupa’daki gazete ve dergilerin %1’inde bile karikatürler yayınlanmadı” diye yazıyordu. White’e göre uluslararası toplantılarda, medyadaki ayrımcılığın bertaraf edilmesi ve gazeteciliğin popülist ve tehlikeli düşünce varlığına uygun kontrol edilmesi gerektiği yönünde mutabakat olduğunu belirtiyor.

Tabii ki çağrı, yüce bir haktır. Ama iyice düşünmeden çoğunluğun düşüncesine katılmak yerine çalışmamızdaki etik ve niteliğin tekrar güçlü bir şekilde ön plana çıkarılması yönünde bir duyarlılığa ihtiyaç her zaman vardır.

Bir alıntı daha: “Etkili gazetecilik, uyum sağlayıcı yönde etkili olmak zorundadır, sorumluluk üstlenmeli ve tüm toplumun resmini aktarmalıdır.”

Medyanın niteliği konusunda kamuoyu siyasi iletişim bilimine de bir göz atılabilir. Dördüncü kuvvet denilen bu kuvvete olan talep nedir?

Burada örn. demokrasi teorisinde medyadan beklenen şey, resmi söylemde

- çoğulcu demokrasi teorisinde güçler ve toplumlar arasında,
- veya sivil toplum aktörleriyle toplumsal diyalog olarak
- bir alışveriş için bir alan oluşturma şeklinde ifade edilir.

Öyleyse kitle demokrasisinde kitle iletişim araçları resmi söylemde Pazar çıkırtkanları değil, birer aracıdırlar. Ve Erfurt Üniversitesi'nden medya araştırmacısı Kai Hafez "medya kendi çizgisini resmi düşünceyle aynı tutmak suretiyle sorumsuz davrandığı takdirde resmi işlevini kötüye kullanmış olur" diye yazmıştır.

Hafez, ama gerçekte medyanın, demokrasinin temsilcisi olma görevini çok az yerine getirdiğini de söyler. Sistem teorisi denilen teoriye göre medya, bir sistemin etkileyen bir PARÇASI'dır. Bunun en çarpıcı örneği, ABD'de Irak Savaşı'ndan önce savaşa kışkırtıcı tutumuyla medyanın kullanılmasıydı.

Bilim adamlarına göre bu olayda medyanın özerkliğini tamamen kaybettiği için sistemin bu parçası "işlevini yitirmiştir". Gazeteciler olarak bizler kendimizi siyasi bir ideolojiye kullandığımız ve karşılaştırmaksızın ve iyice ölçüp biçmeden bu ideolojiyi aktardığımız takdirde verdiğimiz bilgi, kötü bilgiye dönüşür.

Bu ise yine bizi mesleğimizin temelini yani mesleğimizin bağımsız olmasına götürüyor. Almanya Cumhurbaşkanı Horst Köhler de birkaç yıl önce “Batı-Doğu Divanı” adlı medya konferansında nitelikli gazeteciliğin, kutuplaşmış güçlerin tercümanı yapılmasına izin vermemesini arzu etmişti. Nitelikli gazetecilik, sübjektif olarak önceden hazırlanmış bilgileri yaymamalı, aksine bilgilere katkıda bulunmalı ve aydınlatmalıdır. Ama maalesef şimdilerde münferit kişilerin veya grupların yargısız infaz edildiği Türkiye’deki Ergenekon Davası’nın seyrinde olduğu gibi çoğu zaman bunun tersi söz konusudur.

Neticede “iyi gazeteciliği” savunanlar ancak sübjektif seslerin etrafımızı çevreleyen uyumsuzluğu içinde şimdiye kadarkinden daha titizlikle seçmenin reklamını yapabilirler.

Haberlerin doğruluğunu kontrol etmek önem kazandı – iki kez, üç kez kontrol. Burada bilgilerin kontrol edilmesi ve tasnifi, bunların elde edilmesinden daha önemli olmaktadır.

Başkalarına çamur atacağımıza, sürekli kendimize bakmak, kendi ilkelerimizi ve ideallerimizi şimdiye kadar olduğundan daha fazla ciddiye almamız iyidir. Nitelikli gazetecilik ve çevrimiçi gazetecilik konusundaki yeni yapılmış bir çalışma gazeteciliğin “bağımsız olması, konusuna eleştirel mesafede durması, ihtilaflarda her iki tarafı da anlatması ve itinalı bir haber yapmak zorunda olduğu uyarısında bulunmaktadır. Bu ise kendi düşüncesini oluşturmasına imkan verilen okuyucu, yani vatandaş için bir güven ortamı sağlamaktadır.