GAZETECİLİK

Neden Önemli?



MICHAEL SCHUDSON

Çeviri: Gülseren Adaklı

um:ag

Michael Schudson, Columbia Üniversitesi'ne bağlı Columbia Gazetecilik Okulu'nda Gazetecilik profesörüdür. Daha önce California (San Diego) ve Chicago Üniversitelerinde sosyolog, tarihçi ve medya uzmanı olarak dersler vermiştir. İçlerinde *Discovering the News: A Social History of American Newspapers* (1978; Haberi Keşfetmek: Amerikan Gazetelerinin Toplumsal Bir Tarihi); *Watergate in American Memory* (1992; Amerikan Hafızasında Watergate Olayı); The Good Citizen: A History of American Civic Life (1998; İyi Vatandaş: Amerikan Vatandaşlığının Bir Tarihi); *The Sociology of News* (2003, 2011; Haber Sosyolojisi); *Why Democracies Need an Unlovable Press* (2008; Neden Demokrasiler Sevilmeyen Bir Basına İhtiyaç Duyar), ve *The Rise of the Right to Know* (2015; Bilme Hakkının Yükselişi) gibi eserlerin de olduğu pek çok kitabın yazarı veya editörüdür. MacArthur Vakfının "genius" ödülü ile Groningen (Hollanda) ve Hong Kong Baptist Üniversitelerinin onur dereceleri de dâhil olmak üzere birçok onur ödülüne sahiptir.

Gülseren Adaklı, 1988 tarihinde Gazi Üniversitesi BYYO, Radyo ve Televizyon Bölümünden mezun oldu. 1988-1993 tarihleri arasında TRT ve ATV gibi kuruluşların program-haber kadrolarında görev aldı. 1995 yılında çalışmaya başladığı Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesinde iletişim kuramları, iletişimin ekonomi politiği, iletişim ve medya tarihi gibi konularda dersler verdi. Türkiye'de devletin Kürt halkına yönelik şiddet politikalarına son vermesini talep eden barış dilekçesine imza attığı için meslekten ihraç edildi. Neoliberalizm Çağında Türkiye'de Medya Endüstrisi ve Medya Politikaları gibi kitapların yazarı veya editörüdür.

um:ag Vakfı Yayınları: 150
Medya ve Gazetecilik Dizisi: 12

GAZETECİLİK
neden önemli?

Michael SCHUDSON

Özgün adı: Journalism Why It Matters
Polity Press 2020, Polity's *Why It Matters* series

1. Baskı: Şubat 2022, Ankara, 1500 Adet

ISBN: 978-605-7882-70-7
(Sertifika No: 45642)

Yayın Yönetmeni	Tezcan DURNA
Dizi Editörü	Tezcan DURNA
Çeviri	Gülseren ADAKLI
Çeviri Son Okuma	Can ERTUNA
Kapak Tasarım	Tuğçe VİDİNLİLER
Sayfa Düzeni	Şadan SAÇI
Dizgi	**um:ag**
Baskı	SalMat Basım Büyük Sanayi 1. Cadde 95/1 İskitler/Altındağ/Ankara Tel: (0312) 341 10 20 Sertifika No: 47771

Kitabın tüm Türkçe yayın ve dağıtım hakları Kalem Ajans aracılığıyla **um:ag** Yayınları tarafından alınmıştır. Kitabın içerik ve sorumluluğu yazarına aittir. Tanıtım için yapılacak kısa alıntılar dışında yayıncının yazılı izni alınmaksızın hiçbir şekilde kopyalanamaz, elektronik veya mekanik yolla çoğaltılamaz, yayınlanamaz ve dağıtılamaz.

uğur mumcu araştırmacı gazetecilik vakfı

Paris cad. No: 14 Kavaklıdere – Ankara
Tel: 0 312 417 77 20 (PBX) Faks: 0 312 417 57 46
http://www.umag.org.tr | **e-posta:** umag@umag.org.tr

GAZETECİLİK
neden önemli?

Michael SCHUDSON

Çeviri: **Gülseren ADAKLI**

um:ag

İÇİNDEKİLER

Türkçe Baskıya Önsöz vii

Teşekkür xi

1 Giriş 1

2 En önemli gazetecilik türü hangisi? 11

3 Olguları aktaran, ikna edici ve iddialı: Kayda değer gazeteciliğin anatomisi 29

4 Medyanın tarafsızlığı meselesi 39

5 Gazeteciliğin önemli olduğunun (veya olmadığının) kanıtları 47

6 Teknoloji Neden Hikâyenin Tamamı Değil 59

7 Aslen devrim sayılamayacak dört gazetecilik olgusu 69

8 Gazeteciliğin bir geleceği var mı? 79

Okuma Önerileri 89

Türkçe Baskıya Önsöz

Bu kitabın son paragrafında, yanılabilirlik bizim göbek adımız demiştim. "Bizim" derken kastettiğim, hepimizdi. Sen, ben, bütün insanlar. Bu ifade İngilizcede –çevirmenin Türkçede buna benzer bir deyim bulup bulmadığını bilmiyorum– birinin asli ya da "ikinci doğası" olan ama başkaları tarafından aşikâr ya da görünür olmayan bazı özelliklerine işaret eder. "Sırrınızı saklayabilirim, 'ketum' benim göbek adım" veya "Kaybolmuş gibi göründüğümüzü biliyorum ama inanın bana, hepimizi bu ormandan çıkarabilirim, 'kılavuz' benim göbek adım." Bunlar övünme ya da itiraf olabilir.

Demek istediğim şuydu, günümüz dünyasında farklı geçmişlere ve farklı bakış açılarına sahip insanların, kendi kendini düzelten sosyal süreçlerin sonucunda ortaya çıkan bilgiye güvenebilecekleri ve güvenmeleri gerektiği anlamında kullanmıştım. Bilim, kendi düşünüşünü ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan çalışmaları bilim insanları topluluğunun gözetim ve incelemesine sunmaya istekli zihinlerin ürettiği en iyi bilgi örneğimizdir. Bilim, kendi işleyişini insanın kesinliğe yönelik çabalarının sınırlarını tam olarak kabul etmesi üzerine inşa eder. Bilim daha baştan kendi yanılabilirliğini kabul eder. İyi gazetecilik de öyle. Belki bilimden daha az, daha gayri resmi ve daha aceleyle ama doğruya

ulaşma hedefi ve insan aklının yanılabilirliği konusundaki kadim bilgiye dayanarak kabullenir bunu.

Şimdi, 2021'in ortasında, 2018 ve 2019'da yazdıklarıma (ve sürekli yeniden yazdıklarıma!) dönüp baktığımda, kendi kişisel yanılabilirliğimi görebiliyorum. Kitapta olgularla ilişkili herhangi bir hata yapıp yapmadığımı bilmiyorum – olası hatalar bana bildirilseydi, onları Türkçe basım ve gelecekteki olası basımlar için düzeltirdim. Vurgularım ya da tonlamalarım konusunda bana katılmamanız ise kesinlikle mümkün. Yazdıklarımı fazla iyimser ya da fazla ihtiyatlı bulabilirsiniz. Kesinlikle fazla ABD-merkezli bulabilirsiniz. Fazla ABD-merkezli, evet. Açıklayayım:

Bu, gazetecilik tarihi ve sosyolojisi hakkında yayımladığım altıncı kitap. Uzmanlığım, ABD gazeteciliği. İsviçreli bir bilim insanının birkaç yıl önce yazdığı gibi, modern gazetecilik bir "Anglo-Amerikan icadıdır" ve bunda bir gerçeklik var.[1] Ancak son yıllarda gazetecilik uygulamalarının uluslararasılaşması da söz konusu. Uluslararasılaşmanın bir kısmı ABD'den kaynaklanıyor ama asla tamamı değil. Örneğin, çağımızda çok önemli olan *World Wide Web*, o zamanlar bir İsviçre araştırma merkezinde çalışan İngiliz bilim insanı Tim Berners-Lee'nin icadıdır. Bugün modern gazeteciliğin anavatanı, yerel uyarlamalarla birlikte kuşkusuz her yerdir. Ancak, Avrupa çapında bir posta hizmetinin geliştirilmesiyle ortaya çıkan 1600'lerin haber bültenlerine kıyasla bugün tekil olarak "gazetecilik"ten bahsetmek daha fazla mümkündür. (Bununla birlikte, 2. Bölüm'de yazdığım gibi, aynı ülkede bile birden fazla gazetecilik türü söz konusudur -topluluk/dayanışma gazeteciliğini, dava gazeteciliğini ve eğlence gazeteciliğini önemli türler olarak belirliyor ve daha sonra bunları büyük ölçüde bir kenara bırakıp ol-

1 Schudson burada şu esere gönderme yapıyor: Chalaby, J.K. (1996). Journalism as an Anglo-American Invention. *European Journal of Communication,* 11(3), s. 303–326. doi: 10.1177/026732319601100 3002. (erişim tarihi: 15 Eylül 2021). (ç.n.)

gu-merkezli, bilgi aktaran, ikna edici ve iddialı profesyonel gazeteciliğe odaklanıyorum.)

Ne var ki, bu kitaba yansıyan kişisel yanılabilirliğim, onu belirli bir dönemin içindeki belirli bir anda yazmış olmamdır. Peki, o güne göre bugün meseleler bana o zamandan daha farklı mı görünüyor? Bu kitabı yazarken, kendi ülkem de dâhil olmak üzere dünyanın birçok yerinde siyaset, demokrasiden ziyade otokrasiye doğru feci bir dönüş yapmıştı. Burada, 200 yılı aşkın Amerikan tarihinde başkan olarak hizmet etmesi için en az nitelikli kişiyi (evet, demokratik olarak) seçmiştik. Bu kişi bana tehlikeli göründü –kısmen, kabul edilen olgusal gerçeklere karşı küstahça kayıtsız olduğu için. Ama kitabı, Bay Trump, kendisini koltuğundan eden meşru bir seçimin meşruiyetini katıksız bir hırsla geçersiz kılmaya çalışmadan önce yazmıştım. Amerikan Kongresi Binası'nın (*Capitol*) cebren işgal edilmesini teşvik etmeden önce. Ve koronavirüs, haber medyasını her zamankinden daha önemli hale getirmeden önce. Dünyanın her yerindeki insanların koronavirüsün tehlikeleri hakkında sağlam bilgi almaları bir ölüm kalım meselesidir.

Kitabımın büyük bölümü o kadar da dramatik bir tını taşımıyor! Hedefim gençleri bir çalışma alanı ve bir kariyer olarak gazetecilik hakkında ciddi düşünmeye teşvik etmekti. Ve dünya vatandaşları olarak gençlerin, gazeteciliği her şeyin başı ve sonu, her sorunun çözümü veya her sorunun nedeni olarak görmeksizin ciddiye almayı öğrenmelerine yardımcı olmak istedim. Bunun hâlâ çok önemli olduğunu düşünüyorum. Ama türümüzün kibri konusunda, tıp uzmanlarımızı görmezden gelerek hayatımızı, gezegenimizi ve varoluşumuzu tehlikeye atmak, eylemlerimizle çocuklarımız ve torunlarımız için hayatı zorlaştırmak hatta tehdit etmek konusunda eskisinden daha fazla endişeliyim.

Bugün bu kitabı yeniden yazsaydım tonu daha da endişeli olurdu. Fakat dünyanın, yeryüzünün dört bir yanında-

ki insanların üretebileceği en iyi gazeteciliğe; iyi yazılmış, cesurca iddialı, ahlaki ve duygusal olarak ikna edici bir gazeteciliğe daha az ihtiyacı olduğunu da düşünmezdim. Bu yüzden kitabın Türkçeye tercüme edilmesinden daha da büyük bir mutluluk ve onur duyuyorum, zira yayıncı, kâr amacı gütmeyen, kendisini cesur gazeteciliğin ilerlemesine adamış bir kuruluş...

Michael Schudson

Teşekkür

Polity Press'ten John Thompson'a, bu kitabı yazmamı istediği için minnettarım. 1970'lerden beri haber medyasının farklı boyutları, özellikle Amerikan gazeteciliğinin tarihi ve sosyolojisi üzerine çalışıyorum ve yazıyorum. Gazetecilik hakkında bildiklerimi veya bildiğimi düşündüğüm şeyleri, bu alanı hızlı bir şekilde kavramak isteyen genç erkek ve kadınlara hitap edebilecek, aynı zamanda gazetecilerin ve akademisyenlerin ilgisini çekebilecek bir biçimde aktarabilmek hep yapmak istediğim bir şeydi. Böylesi bir girişim beni, gazetecilik ve gazeteciliğin neden bu kadar önemli olduğu hakkındaki fikirlerimi, şu ana kadar yaptığımdan daha eksiksiz bir şekilde ifade etmeye zorlayacaktı. Bu metnin ilk taslakları sırasında, yazdığım gazetecilik öyküsünün tam olarak uygun olmadığını dürüstçe söylediği için de John'a minnettarım.

İlk taslakların diğer güvenilir eleştirmenleri arasında medya akademisyeni olan eşim Julia Sonnevend de yer alıyor. Hayatımdaki hemen her şeyde olduğu gibi ona minnettarım, bu çalışma bağlamında özellikle de entelektüel keskinliği ve dürüstlüğü için.

Polity'nin, okuduğu taslağı takdir ederken aynı zamanda eleştiren, üç isimsiz hakemi de mükemmeldi. Polity'nin seçkin metin editörü Justin Dyer, mükemmel olduğunu sandığım o kadar çok cümleyi düzeltti ve apaçık olduğunu düşündüğüm o kadar çok pasajı açıklığa kavuşturdu ki. Allahtan, sevgili okur, onun düzelttiklerini okumak zorunda kalmadın! Şu anda bir Columbia doktora öğrencisi olan Adelina Yankova, son dakika araştırmala-

rıyla yardımcı oldu ve tüm taslak hakkında zekice yorumlar yaptı. Eski doktora öğrencim ve şimdi Reuters Gazetecilik Araştırmaları Enstitüsü müdürü Rasmus Kleis Nielsen, metni okudu ve beni bazı tuzaklardan korudu. Onun gazetecilik, demokrasi ve bu iki kurumun neyi başarıp başaramayacağı konularında gerçekçi ve bilgi dolu değerlendirmelerinden bir kez daha faydalandım. Columbia Gazetecilik Okulu'ndaki meslektaşlarım ve öğrencilerim metinde ve dipnotlarda kendilerini gösteriyorlar. Gazetecilik alanındaki dijital dönüşümlerin ve Okul'un müfredat değişikliklerinin ortasında beni Columbia'ya katılmaya ikna ettiği için Nicholas Lemann'a minnettarım. Pulitzer Ödüllerinin verildiği binanın koridorları, bu kitabın onurlandırmaya çalıştığı gazetecilik idealleriyle yankılanıyor.

1
Giriş

Dünyanın herhangi bir yerinde ve insanlık tarihinin herhangi bir noktasında, insanların birbirlerine haber iletmediği bir insan topluluğu tahayyül etmek güçtür. İnsanların; ümitle, önseziyle veya basit bir merakla, gezginlerden veya gün boyunca köyden uzakta olan başka insanlardan gelen ya da dedikoduyla taşınan haberlere aşina olmadıkları bir ortamı hayal etmek zordur.

Ancak bütün insan toplulukları, güncel olaylar hakkında bilgi ve yorum toplamak ve yaymak için tarihlerinin çok büyük bir kısmı boyunca özel bir meslek, yani gazetecilik olmaksızın haberleşti. Nitekim tarihçiler genellikle gazeteciliğin kökenini sadece 400 yıl kadar geriye götürürken, bir grup haber toplayıcı için tam zamanlı bir meslek olarak gazetecilik sadece yaklaşık 200 yıl öncesine dayanır.

İnsanlar, tarihlerinin çok büyük bir kısmında; manşetler, tweet'ler, muhabirler ya da editörler olmaksızın çoğaldılar, toprağı işlediler; yemiş, tohum ve meyve topladılar; hükümetler, diplomatik ilişkiler ve ordular kurdular; savaştılar, dini inanç ve ibadetler geliştirdiler; köprüler, kanallar ve katedraller inşa ettiler. İnsanlar haber yazmadan çok daha önce şarkılar, şiirler, aşk mektupları ve sözleşmeler yazdılar.

Gazetecilik her zaman önemli değildi ama bugün çok önemli. Gazetecilik kadar yeni, hatta ondan daha yeni olan pek çok şey son derece önemli. Elektriği düşünün. Evet, insanlar, yaklaşık 100 yıl öncesine kadar onsuz yaşadı, yoksul toplumlar hala elektriksiz yaşıyor. Elektrikli dünyada, bazı insanlar kamp gezilerinde veya dini inzivalarda gönüllü olarak, bile isteye elektriksiz yaşarlar. Yine de, elektriğe bağımlı toplumlardaki çoğu insan, elektrik olmadan genellikle kendini yoksun hisseder. Kısa süreli elektrik kesintileri bile normal yaşamı imkânsız hale getirir. Kasırga veya sel gibi büyük doğal afetlerden veya siyasi krizlerden kaynaklanan uzun süreli elektrik kesintileri olduğunda, bu olağanüstü bir durumdur. İnsan hayatı tehlikeye girer. İletişim hatları kopabilir, laboratuvarlarda bilimsel deneyler sürdürülemeyebilir, hastanelerde ameliyatlar yapılamayabilir, dükkânlar yağmalanabilir ve karanlıkta kalan evlerde ve sokaklarda kazalar, suçlar ve ölümler olabilir.

Modern, kentsel dünyada elektrik bir zorunluluk haline gelmiştir. Peki, gazetecilik ne işe yarar? Kimin gerçekten gazeteciliğe ihtiyacı var? Bu apaçık belli bir şey değildir. En azından gazeteciliğin benzersiz bir şekilde ne sağladığı açık değil. Eğlence sağladığı kesin ama video oyunlarından, bir deste kâğıda, maç izlemek veya maç yapmaktan, çocuklarımızla oyun oynamaya kadar pek çok şey de eğlence sağlıyor. Bilgi sağlıyor ama bunu öğretmenler, koçlar, fizyoterapistler, kitaplar ve diğer birçok kaynak da yapıyor. Peki, gazetecilik eğlence ve bilgi konusunda diğerlerinden daha fazla veya onlardan daha iyi, daha benzersiz şekilde ne yapıyor?

Bazı endüstriler veya mesleki uğraşlar, açıkça iyi bir toplum için hayati önem taşır. İyi toplumların iyi doktorlara, öğretmenlere, otobüs şoförlerine, süpermarket kasiyerlerine, bilgisayar teknik destek personeline, muhasebecilere, traktör tamir etme veya ağaçları budama becerisine sahip insanlara ihtiyacı vardır. Su arıtma sisteminin bakımını yapan insanlardan, lokantalarda sağlığa uygunluğu veya köprü ve tünellerin güvenliğini denetleyen hükümet görevlilerine kadar her gün çok farklı işler yapan

pek çok kişiye güveniyoruz. İnsanların hayatlarını organize etmek amacıyla düzenli olarak başvurduğu hava durumu raporları gazeteciliğin bir parçasıdır. Çoğu ülkede hava durumu tahminleri devlet kurumları tarafından yapılır ama bu tahmin raporları, haber kuruluşları tarafından halka iletilir. Hava durumu, haber çalışanlarının profesyonel olarak toplayıp halka aktardığı şeylerin küçük bir parçasıdır ama insanlar bu küçük şeye bağımlıdır.

Peki, gazeteciliğin sunduğu diğer büyük parçaya kimin ihtiyacı var?

Ve günümüzün ekonomik olarak tehlikede olan haber kuruluşları düşünüldüğünde, buna kim ihtiyaç duyuyor veya kim, gazeteciliği, bedelini ödemeye razı olacak kadar istiyor? İnsanlar bedelini ödemeye istekli değilse gazetecilik ortadan kalkar mı? Ve eğer ortadan kalkacaksa, kariyeri için dünyadaki mesleklere bakan genç bir insan, neden onun peşine takılacak kadar aptal olsun? Bugün gazetecilik kariyerini tercih etmek, yüz yıl önce at arabası üretmeye karar vermek kadar yanlış bir seçim midir?

Bunlar, cevaplanması kolay sorular değil. Ve gazeteciler, yaptıkları işin önemini halka etkili bir şekilde açıklamamışlardır. Gazetecilik üzerine çalışan bilim insanları da bu konuda pek yardımcı olmamıştır. Bu akademisyenler genellikle, belirli bir hikâyenin (örneğin, *Washington Post*'un Watergate dosyası) veya onaylamadıkları belirli bir gazetecilik tarzının (örneğin, adaylar arasındaki siyasi farklılıklardan ziyade "at yarışı"na odaklanan seçim haberleri)[1] kamuoyunu ve dolayısıyla tarihin gidişatını nasıl etkilediğini göstermek üzere bitmek bilmeyen bir kanıt arayışına odaklanmış veya bu meseleyi saplantı haline getirmişlerdir.

---

1 At yarışı gazeteciliği (*Horse race journalism*): Özellikle Amerikan başkanlık seçimlerinde, savundukları politik argümanlardan ya da vaatlerinin içeriğinden ziyade, adayların "sahne" performanslarına, benzerliklerinden çok farklılıklarına, oy oranlarına ya da halkın algısına odaklanan gazetecilik türü için kullanılan bir terim. Daha fazla bilgi için örneğin bkz. C. Anthony Broh. 1980. Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election. *The Public Opinion Quarterly*. Vol. 44, No. 4: 514-529. (ç.n.)

Haber medyasına maruz kalmanın insanların fikirlerini ve eylemlerini büyük ihtimalle değiştirdiğini ikna edici bir şekilde tespit edebilirseniz, bu kayda değer bir başarı olabilirdi. Ancak bu tip araştırmaların ve buradan elde edilen bulguların bize medyanın gücü hakkında gerçekten bilmek istediğimiz şeyi söyleyeceğini sanmıyorum. Zira (bkz. Bölüm 5) en önemli ve aynı zamanda anlaşılması en güç meseleyi atlıyorlar; haber medyasının, insanların karmaşık ve sürekli değişen bir dünya ile giriştikleri bilişsel hesabı görmelerine yardımcı olma biçimleri.

Dünya, günümüzün pek çok gazetecilik türü olmaksızın varlığını sürdürecektir, ancak bazı gazetecilik türlerinin yokluğu, iyi bir toplum, özellikle de iyi bir demokratik siyasi sistem inşa etme umutları bakımından yıkıcı olacaktır ya da ben burada bunu ileri sürüyorum. Özellikle de muhabirlerin, fotoğrafçıların, belgesel filmcilerin, blog yazarlarının, podcast yapımcılarının ve profesyonel gazetecilik normlarına göre çalışan diğer kişilerin, hükümetlerin hem genel hem de özgül şekillerde hesap verebilir olmalarını sağlayan orijinal gazetecilik üretimlerini savunmak istiyorum.

Bu normların ve uygulamaların neler olduğunu ve onları neden önemsememiz gerektiğini tartışacağım. Son elli yılda güncel olaylar hakkındaki doğruları halka anlatmak üzere kurumlaşan profesyonel gazetecilik, özellikle bu gerçekleri, iktidarı her zaman hesap verebilir olmaya zorlayacak şekilde anlatmakla ilgilenmiştir. Hatta bu tür gazetecilik artık "hesap verebilir gazetecilik" (*accountable journalism*) olarak da adlandırılıyor. Yerinde bir adlandırma. İleride, hesap verebilir gazeteciliğin ne anlama geldiği konusuna özel olarak eğileceğim.

Ben gazeteci değilim ama bir sosyolog ve tarihçi olarak, çalışma hayatımın büyük kısmını, topluma dair herhangi bir başka konudan daha fazla gazeteciliğe ayırdım. Evet, ben dışardan biriyim ama profesyonel gazetecilerin kendilerine ilişkin klasik yaklaşımına (bu aynı zamanda kendini pohpohlayan bir pozisyondur) yani gazeteciliğin sadece bir iş değil, bir meslek olduğuna,

doğruluğun (*accuracy*) temel bir yetkinlik ölçüsü ve dürüstlüğün (*truthfulness*) önemli bir etik kural olduğu, çağdaş dünyanın olgulara sadık bir portresini vermeyi hedefleyen kamusal bir misyonu bulunduğuna ikna oldum. Haberler, haber üretimiyle içli dışlı olanlara, olmayanlardan daha çok şey ifade eden teknik ayrıntılarla dolu bile olsa, geniş bir kitleye ulaşabilmek için ikna edici bir şekilde sunulmalı. Ve 1960'ların sonlarına kadar süren gazetecilik geleneğinin aksine, mümkün mertebe iddialı bir gazetecilik olmalı: araştırmada iddialı, analizde iddialı, iktidar koltuğunda oturanlara meydan okumada iddialı.

Bunları söylemek yapmaktan daha kolay elbette. Gazetecilik, dünyanın çoğu yerinde uzun zamandır kaynayan bir krizin içinde: ekonomik olarak bocalıyor, popüler çekiciliği, eski ve yeni rakipleri tarafından aşındırılıyor, kendine güveni tökezliyor. İktidar için yarışan "otoriter liderlerin" onu elde ettikten hemen sonra, kendilerini eleştirmeye cüret eden medya kuruluşlarını zayıflatmaya veya yok etmeye çalıştığı küresel popülizm dalgası, gazeteciliğin devlet iktidarından bağımsızlığına saldırıyor. Dolayısıyla, mevcut koşullar altında, olguları her zamankinden daha iyi aktaran, ikna edici ve iddialı bir gazeteciliğe ihtiyacımız var. En önemli gazetecilik modeli budur: Olguları doğru aktaran, ikna edici ve iddialı. Bu modeli 2. ve 3. bölümlerde ayrıntılı olarak açıklayacağım.

Bir marangozun işi nasıl ev inşa etmekse, bir gazetecinin işi de haber yapmaktır. Her iki zanaatın da kuralları vardır. Gazeteciler için birincil kural: Önce gerçeği ortaya koy. Sorumlu gazeteciler sahte, abartılı veya yozlaşmış haber üretmemeyi öğrenirler. Gerçekliği ideolojik tutarlılığa veya politik savunuculuğa tabi kılmazlar. Reklamverenin ya da yayıncının ticari çıkarlarına ve hatta izleyicilerin zevklerine teslim olmazlar. Haber merkezindeki fikir birliği kendi gözlemleriyle çatışırsa, meslektaşlarına boyun eğmemeleri de gerekir. Buna, yani yakın çevredeki meslektaşların önyargısına direnmek özellikle zordur. Etik gazetecilik hakkında kesinlikle doğru olan şey tam da muhabir (ve romancı) John Hersey'in 1980'de söylediklerdir: "Gazeteciliğin kutsal bir

kuralı var: Yazar icat etmemelidir. Gazetenin lejantında[2] ise şöyle yazmalı: BU HABERLERİN HİÇBİRİ UYDURULMAMIŞTIR."[3]

"Bunların hiçbiri uydurulmadı", haberin tamamının doğru olduğu ve gerekirse muhabirin yazdığı her şeyin doğruluğunu tek tek savunabileceği anlamına gelir. Bu, bir haberle ilgili olarak söylenebilecek en banal şeydir: "Bu haber doğrudur." Ancak, muhtemelen söylenebilecek en önemli şeydir de. *New York Times*'ın Washington, DC'deki sağlık muhabiri Robert Pear 2019'da öldüğünde gazete, Massachusetts'te sağlık hizmetleri alanında çalışan avukatlardan Thomas S. Crane'in mektubunu yayımladı. Mektubunda muhabirin "ayrıntılara ve doğruluğa adanmışlığını ve sağlık politikaları konusundaki derin bilgisini" vurgulayan Crane, Pear'ın üzerinde çalıştığı bir haberle ilgili yardım talep ettiği bir olayı hatırlıyordu: "Doğruluk konusundaki dürtüselliğinden dolayı tek bir cümle etrafında dönüp durduk. O gün yaptığımız üçüncü telefon görüşmesinden sonra, nihayet onu cümlenin hukuken doğru ve itiraz edilemez olduğuna ikna ettim."[4] Bir muhabir için "doğruluk dürtüsüne sahip olmak" büyük methiyedir.

Gazeteciler için ikinci bir kural, göründüğünden çok daha karmaşıktır: hikâyeyi takip edin. Hikâyeyi takip edin; bir dileği takip etmeyin, bir çizgiye bağlı kalmayın, bir modaya boyun eğmeyin, kalabalığa uymayın. Hikâyeyi takip edin. Hikâyeyi takip etmek, hikâyenin nereye gideceğini tahmin edemeyeceğiniz ve tahmin etmemeniz gerektiği anlamına gelir. Siyasi, partizan, ideolojik önyargılar veya bağlılıklar, insanın sevdiği kişileri, partileri ve davaları olumsuz gösteren "uygunsuz gerçeklere"[5] ve olgulara

---

2 Türkçede, haritanın üzerindeki işaretlerin ne anlama geldiğini gösteren bölüm, lejant olarak adlandırılmaktadır. Gazetecilikte ise sözcük, "resim altı yazısı" olarak tanımlanmakla birlikte, yayının kimliğini ortaya koyan bir tür motto (ilke) olarak başsayfanın üstünde yer alan ifadeler için de kullanılır. (ç.n.)

3 John Hersey, "The Legend on the License," *Yale Review* 70 (1980), 1–25.

4 Thomas S. Crane, Letter to the Editor, New *York Times*, 9 Mayıs, 2019.

5 "Uygunsuz gerçek", eski ABD başkan yardımcılarından Al Gore'un küresel ısınma için kullandığı bir terimdir. Terimle aynı adı taşıyan belgesel filmden sonra (*An Inconvenient Truth*, 2006, Davis Guggenheim), insanların hoşuna gitmeyecek, idrak etmesi

açılacak yolu kapatırsa, o kişi, hakikate olan bağlılığını kaybetme riskiyle karşı karşıya kalır.

Bir numaralı kural –uydurmayın, aktarın– ve iki numaralı kural –hikâyeyi takip edin– profesyonel gazetecilik için en önemli rehber ilkeler olsa da bunlar birbirleriyle gerilim içindedir. Bir şeyleri uydurmayın ve olguları sadece tutarlı değil, aynı zamanda duygusal açıdan çekici bir hikâyede bir araya getirin. Böylesi bir çaba sadece olguları aktaran, gazetecilerin okurun bilmesi gerektiğini düşündüğü haberlerle[6] okuru kendine bağlayan ilginç öyküler arasında bitmek bilmeyen bir çatışmaya yol açar.

Profesyonelleşme, yüzyıl kadar önce gazetelerden başlayıp daha sonra dergilere, radyoya, televizyona ve nihayet internet ortamına taşınan güçlü bir eğilim olmuştur. Gazeteler, ortaya çıktıktan sonra uzunca bir süre muhabir istihdam etmeksizin yayın hayatlarını sürdürdüler ve kabaca 1820'lerden itibaren Amerika Birleşik Devletleri'nde ve daha sonra Batı Avrupa'da muhabirlik, mesleğin esas unsuru haline geldi. 1886'da Amerika'yı ziyaret ettikten sonra bir Fransız gazeteci, "muhabirliğin, gazeteciliği katlettiğine" karar vermişti. Fransız gazeteciliğinde siyasi savunuculuk, kuram ve felsefe hükmünü icra ederken, Amerikan gazetelerinde, günün olaylarının, özellikle de son 24 saatteki olayların doğrudan aktarımları hâkimdi.[7]

Peki ama olgusal habercilik tutkusu, "olgunun" sadece maskelenmiş yorum olduğu gerçeği karşısında berhava olmaz mı? Her şeyin göreceli olması, sadece durup baktığınız yere ya da bakış açınıza mı bağlı? Üniversite ikinci sınıf öğrencilerinin çoğu, "her şeyin göreceli olduğuna" inanarak Felsefe 1 dersine girer. Onları

güç, çekicilikten uzak ama toplumun bilmesinde yarar olabilecek gerçekler için kullanılmaya başlanmıştır. (ç.n.)

6 Burada sözü edilen "'eat your spinach' journalism"i Türkçede karşılayabilecek bir terim olmadığı için "gazetecilerin okurun bilmesi gerektiğini düşündüğü haberler" ifadesini yeğledik. (ç.n.)

7 akt. Marion Marzolf, "American 'New Journalism' Takes Root in Europe at End of 19th Century," *Journalism Quarterly* 61 (1984), 529–36, 691: 53 1.

"ikinci sınıf" yapan da budur[8]. Aslında hiçbiri her şeyin göreceli olduğuna inanmaz. Bilgisayarları arızalanırsa, yeniden çalışması için tanrıya yalvarıp dua etmezler veya aleti tekmelemezler (bilimsel deneyler onlara bunun işe yarayacağını göstermedikçe). Peki, ne yaparlar? Bilgisayarlar konusunda uzman desteği arayışına girerler. Bu desteği internette kendileri arayıp bulabilirler ya da teknik servise başvurabilirler. Bu öğrenciler aslında, hepsi de göreceli olmayan bir cevabın olduğuna inanırlar. Bazı yaklaşımlar sorunu çözecek, diğerleri ise çözmeyecektir. Bilgisayar çalışır ya da çalışmaz. Sütü kokluyor ve taze ya da bozulmuş olup olmadığını anlamaya çalışıyorsunuz, bazen tam olarak emin olamıyorsunuz ve ikinci bir bilgi kaynağı olarak tadına bakıyorsunuz. Kesinlikle; her şey görecelidir, konumsaldır veya zaten özneldir diyerek bunun önemli olmadığı sonucuna varmaz, taze olup olmadığından emin olmaksızın çocuklarınıza o sütü içirmezsiniz. Hayatımızın her saati, her günümüz neyin hayal neyin gerçek, neyin dışımızdaki gerçeklik neyinse içimizdeki arzu ya da korkular olduğunu kavramaya çalışmakla geçer.

Bundan sonraki sayfalarda, hakikati arayan ve yetkin bir veri toplama sürecinden geçirerek belgelediği olguları, iktidarın sözüne güvenmek yerine titizlikle derlediği olguları konuşturarak, okurun ilgisini çekecek haber ve analizlere dönüştüren profesyonel bir gazeteciliği açıklamaya ve savunmaya çalışacağım. Alan Rusbridger, İngiliz *Guardian* gazetesinin baş editörü olarak geçirdiği 20 yıla dair düşünümsel ve aydınlatıcı kitabında, Edward Snowden'ın Amerika ve İngiltere'nin kendi vatandaşlarını gözetlemek için kurduğu mekanizmaya ilişkin ifşaatını gazetesinde yayımladığı için onu perişan etmeye çalışan meclis komisyonuyla ilgili dramatik bir bölüme yer veriyor. Bölümün sonunda şöyle bir şey söylüyor: "Doğru dürüst gazeteciliğe ihtiyacın var çünkü..." Cümleyi yarım bırakıyor ve ardından soruyor: "Peki bu

8 Yazar burada, ABD'de yüksekokulun ikinci sınıfındaki öğrenciler için kullanılan "sophomore" sözcüğü ile bir dil oyunu yapıyor. Sophomore, Antik Yunan'da çok şeyden haberdar ama bilgisiz, "okumuş cahil" denilen kişileri nitelendirmek için kullanılan bir terim aynı zamanda. (ç.n.)

cümle nasıl tamamlanır? 'Çünkü ... diğer kuvvetlerden bağımsızız' şeklinde mi? Çünkü yaptığımız işte kamu yararı güdüyoruz' diyerek mi? Kamu yararının ne olduğu konusunda ortaklaşamazsak, bu belirsiz hedefe başkalarının yönelmesini nasıl umabiliriz?"[9] Rusbridger'ın yarım bıraktığı cümle orta yerde duruyor. Bu kitapla o cümleyi tamamlamaya çalıştım.

9 Alan Rusbridger, *Breaking News: The Re*making of Journalism and Why It Matters Now (New York: Farrar Straus Giroux, 2018), s. 335.

2

En önemli gazetecilik türü hangisi?

Çok çeşitli gazetecilik türleri mevcut. Dijitalleşme ile birlikte yeni biçimler ortaya çıkmadan önce de mevcuttu ve günümüzde adı gazetecilik olsa da bazı türler yarardan çok zarara yol açıyor. Yaşadığımız dünyayla ilgili haber verirmiş gibi görünüp, güncel kamusal olaylar hakkında kasıtlı olarak üretilmiş yalan yanlış, kötü niyetli sözler ya da görüntüler, hem bireylere hem de bir bütün olarak topluma zarar veriyor. Bu sahte gazeteciliği bir kenara bırakıyorum. Ancak, gazeteciliğin en büyük mirası olan ve bu kitapta esasen işleyeceğim profesyonel hesap verebilirlik haberciliğinin mümkün kıldığı türden geniş bir kamu yararına hizmet etmese bile, yine de yararlı olan gazetecilik türleri var. Bunlardan üçü, kısaca bahsedilmeyi hak ediyor. Birincisi; küçük bir kasabada, kilise cemaatinde, üniversitede, hastanede, siyasi derneğte ya da başka bir toplulukta, üyeler arasında dayanışma tesis etme amacını güden çeşitli topluluk gazeteciliği biçimleri. Bu tür topluluklarda, üyelerden gelen ya da üyelerle ilgili haberler, söz konusu topluluğa mensup olmaktan duyulan gururu ve topluluğun erdemlerini yansıtır. Bu gazeteler, haber bültenleri, mezun bültenleri, vb. tek tek bireyleri daha büyük bir bütünün parçası olduklarını hatırlatır, yararlı bir takım yöntemlerle onları birbirine bağlar. Guardian'ın uzun süre yönetici editörlüğünü yapmış olan Alan Rusbridger, haberciliğe 1976'da Cambridge Evening

News'te başlamış. Gazetenin editörü acemi muhabirlere, haberde adı geçen her mahalle sakininin bir gazete sattırdığını söylermiş. "Haberlerimize olabildiğince çok isim eklememiz için cesaretlendirildik. Habere eklenen fotoğraflar da satışı etkilerdi. Bu yüzden foto muhabirlerimiz insanları grup olarak görüntüledikten sonra tek tek isimlerini almayı öğrenmişlerdi."[1]

Cambridge Evening News, 1950'lerin başında Bayan Gray's Anaokulu'ndaki bir doğum günü partisinde benim de aralarında olduğum bir grup öğrencinin fotoğrafını yayınlayan, haftalık Whitefish Bay Herald gazetesinden daha ciddi bir haber kurumuydu. Annemle babam, fotoğrafımın olduğu sayfayı kesip yıllarca sakladı. Ne de olsa gazetede yayınlanmıştı. Daha sonra "gazete", bugün hala birçok toplulukta olduğu gibi, sayfalarında isminin yer aldığı herkese bir hatıra pulu verdi.

Bu tür topluluk haberleri genellikle, betimlediği organizasyon veya topluluğun biraz tozpembe veya abartılı bir portresini sunar. Örneğin bir cenaze merasimi, olgusal olarak tam bilgi verilse dahi, klasik bir haberden ziyade, duygulara hitap eden bir hikâye olarak sunulur. Kendi üniversitemin mezunlar dergisine yazılmış, duyarlı ve alaycı bir okur mektubunu hatırlıyorum. Derginin her sayısında övgüyle bahsedilen başarılı mezun haberlerini okumaktan elbette memnun olan okur, mezuniyetten sonraki hayatlarında sıradan şeyleri mükemmel biçimde başaran çoğunluk hakkında neden tek kelime edilmediğini merak ediyor ve soruyordu: Benim gibi vasat mezunlara neden daha fazla söz hakkı tanınmıyor acaba?

İkinci önemli gazetecilik türü, dava (*advocacy*) gazeteciliğidir. Bu türün mensupları bize dün dünyada neler olup bittiğini söylemez, bazı yazarların ya da partizanların olmasını istediklerini ve dünya ya da belirli bir topluluk için iyi olacağına tutkulu bir şekilde inandıkları şeyleri anlatırlar. Dava gazeteciliği çok yaygın bir gazetecilik türüdür ve sadece halkın bilmediği gerçeklerin öz-

1 Rusbridger, *Breaking News*, s. 7.

gün bir hikâyesini anlattığı için değil, belirli bir bakış açısından, okurların güncel olaylar hakkındaki inançlarını pekiştiren veya onları ikna eden ya da görüşlerine meydan okuyan bir yorum sunduğu için de yararlıdır. Kıyametin geldiğini söylemek bir şey, bu felaketten en iyi şekilde nasıl kurtulabileceğinizi söylemek tamamen başka bir şeydir. Standart habercilikte son olayların bir tasviri yapılırken, dava gazeteciliği bir eylem programı önerir veya bunu ima eder. Taraftarlık ve gazeteciliği birleştiren pek çok haber kuruluşu, her zaman değilse de genellikle, ikisini ayırarak izleyicilerin kolayca ayırt edebilmesini sağlamak üzere savunuculuğu bilgi aktarımına dâhil ederler.

Üçüncü bir tür de, bilgiye dayalı içeriğin eğlenceye tabi olduğu gazeteciliktir. Oyalayıcı olmaktan öte bir iddia taşımayan bu tür, pek çok kişinin ilgi alanına giren haberler sunar. Burada "hakikati iktidarın yüzüne çarpmak" yoktur![2] Haberlerin çoğunda esas olarak spor, moda, lokantalar ve şöhretlerin yer aldığı bu tür, eğlence gazeteciliğidir. Bu gazetecilik türü, bireylere yararlı olduğu gibi, göze görünmeyen bazı sosyal işlevler de üstlenebilir. Pek çok insan mahalli takımlara nasıl derinden bağlıysa, bu takımlarla ilgili haberlere de öyle bağlıdır. Bu taraftarların herhalde çok azı, demokratik toplumun geleceğinin, tuttukları takımın başarısına bağlı olduğunu iddia edebilirdi. Ama yine de, taraftarlık coşkusu, birbirine yabancı bir topluluğun üyelerinin metroda veya süpermarkette medeni bir şekilde ve zevk alarak sohbet etmelerini sağlayabilir.

Çeşitli meşru amaçlara hizmet eden bu gazeteciliklerin hepsine "gazetecilik" diyoruz. Ancak demokrasinin onsuz yapama-

---

2 "Speak truth to power", gerçeklerin gün yüzü gördüğü, adil ve barışçıl bir dünya için mücadele eden grupların, hükümetlerin incelikli propagandalarına karşı kullandıkları, şiddet içermeyen siyasi bir taktiktir. Bu deyişin kaynağı, 1955 yılında, geleneksel olarak şiddet karşıtı, savaşı ve dolayısıyla askerlik yapmayı reddeden dinsel bir grup olan quaker'lar tarafından yayınlanan bir broşürdür: *Speak Truth to Power: A Quaker Search for an Alternative to Violence*. American Friends Service Committee tarafından basılarak dağıtılan broşürü şu linkten indirebilirsiniz: https://web.archive.org/web/20170830061147/https://www.afsc.org/sites/afsc.civicactions.net/files/documents/Speak_Truth_to_Power.pdf (erişim tarihi: 1 Şubat 2021) (ç.n.)

yacağı; insan özgürlüklerine, adalete ve hukukun üstünlüğüne zarar gelmesini önleme potansiyeli en yüksek olan gazetecilik, profesyonel "hesap verebilirlik" gazeteciliğidir. En önemli gazetecilik türü budur.

Hesap verebilirlik gazeteciliğinin ortaya çıkışını anlamayı kolaylaştırmak üzere, tarihin birkaç sayfasına bakmak için derin bir nefes alın.

On dokuzuncu yüzyılda İngiliz gazetesi, dünyanın diğer bölgelerindeki benzerleri gibi bir tür derleme, her biri farklı telden çalan bir metinler toplamıydı. Genellikle tamamı basılan dökümanlar için bir depo, diğer gazetelerden kopyalanarak basılan ve kendisi de bir başka gazete tarafından bu şekilde kullanılacak metinler için bir ara istasyondu. 1800'lerde gazeteler mevcuttu ama bunlar nadiren muhabir çalıştırırlardı. Mahkeme veya yasama meclisi gibi düzenli olarak takip edilen yerlere ilişkin haberler bile muhtemelen, ilgili yerlerde görevli kişiler tarafından üretilirdi. Bu kişiler yazdıkları metinleri genellikle birden fazla gazeteye satar ama herhangi bir gazetenin haber odasında masaları olmazdı. Britanya'daki model İsveç, Almanya ve Estonya'daki gazeteler tarafından da paylaşılmıştır[3]. Tarihçi Donald Matheson'un Britanya örneğinde gözlemlediği gibi, on dokuzuncu yüzyıl ortalarında gazetenin, kendine ait "bir sesi" yoktu. Çok azı bir muhabir ya da editör tarafından yönetilirdi ve aslen, farklı seslerin bir araya geldiği bir yuvaydı.

Bir bakıma gazetecilik, başkalarının seslerini tırnak içine almayı keşfettiğinde ve onları, gazetecinin konuştuğu tek bir parçada bir araya getirdiğinde kendi sesini buldu. Tam bu noktada, yani on dokuzuncu yüzyılın sonlarında muhabirler, ilk kez röportaj yapmaya başladılar ve başkalarının sesini, kendilerinin kontrol ettikleri ve anlattıkları bir "hikâyeye" dâhil ettiler. Aynı tarihlerde haberler, bir olayın birebir kronolojik açıklamasından,

3 Henrik Ornebring, "Journalism as Institution and Work in Europe, Circa 1860: A Comparative History of Journalism," *Media History* 19, no. 4 (2013), 393–407.

bir "başlık" veya "*lede*"[4] ile başlayan bir öyküye doğru kaymaya başladı. Muhabir ya da editör, örneğin oy verme işlemlerinde, bir yangın vakasında ya da işlenen bir suçta okuyucu için en önemli şey olarak değerlendirdiği kısmı, öykünün en başında belirtiyordu. Röportaj ve habere giriş bölümleriyle birlikte gazetecilik edebiyatta kullanılan araçları ediniyor ve böylece yirminci yüzyılın başlarında profesyonelleşiyordu."[5]

Dünyanın ilk gazete röportajı, Amerikalı muhabirler tarafından yapıldı ve bu teknik, 1880'lerde ve 1890'larda ABD'de yaygın bir uygulama haline geldi. Avrupa'dan gelerek bu tuhaf Yeni Dünya uygulamasını gözlemleyen gazeteciler ve entelektüeller dehşete düşüyordu. Röportaj, küstahlığı açısından garipti. Sefil bir muhabir bir bakana nasıl soru sorabilirdi? Edebi veya fikri nüve yerine olgu toplamak da neydi? Bu durumda Papa, Avrupa ülkelerinin kralları ve Britanya'daki Kabine bakanları ile söyleşi yapan ilk muhabirlerin Amerikalı olması da şaşırtıcı değildir. Ancak I. Dünya Savaşı sırasında Amerikalı muhabirler Avrupa'ya akın ettiklerinde ve Avrupalı meslektaşlarına röportajla neler yapılabileceğini gösterdiklerinde, uygulama Avrupa basınında da yaygın hale geldi.[6]

Amerika Birleşik Devletleri'nde gazeteciliğin formel olarak profesyonelleşmesi, ilk gazetecilik okullarına kadar takip edilebilir. ABD'nin ilk gazetecilik okulu olan Missouri Üniversitesi'nin (1908) kurucusu Walter Williams, "Gazetecilik mesleğine inanıyorum" demişti.[7] Columbia Gazetecilik Okulu ise kapılarını 1912 yılında açtı. Kurucusu, Macar göçmeni editör ve yayıncı Jo-

---

4 Günümüzde, bir haberin giriş paragrafı (*lead paragraph*) için kullanılan "başlık" ("lead"), Amerikan gazetecilik jargonuna "lede" olarak yerleşmiştir. (ç.n.)

5 Donald Matheson, "The Birth of News Discourse: Changes in News Language in British Newspapers, 1880–1930," *Media, Culture & Society* 22 (2000), 557–73.

6 Michael Schudson, "Question Authority: A History of the News Interview in American Journalism, 1860s–1930s," *Media, Culture & Society* 16 (1994), 565–87. Yeniden basıldığı yer: Michael Schudson, *The Power of News* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995), 72–93.

7 Tim P. Vos, "Journalists' Endangered Professional Status," *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 20, no. 1 (2019), 122–5.

seph Pulitzer, bir gazetecilik "mesleği" inşa etmeye dair güçlü ve etkileyici sözler sarf ederken, aklında yüce hedefler vardı:

> Cumhuriyetimiz ve basınımız birlikte yükselecek ya da düşecek. Yetenekli, tarafsız, toplum yararını düşünen, doğruya ulaşmasını sağlayacak eğitimli bir zekâya ve cesarete sahip, onsuz hükümetin sahte ve alay konusu olacağı bir basın, kamusal erdemi ayakta tutabilir. Sinik, parayla tutulmuş, demagojik bir basın, zamanla kendine benzer bir halk yaratacaktır. Cumhuriyetin geleceğine biçim verme gücü, gelecek nesillerin içinden çıkacak gazetecilerin elinde olacaktır.[8]

1904 Yılında, gazetecilik eğitimi veren bir okula bağış yapmaya karar verdiğini yazarken Pulitzer şöyle diyordu: "Gazeteciliği, kamu yararı açısından daha az önemli diğer mesleklerin geliştiği gibi, özel eğitimi olan bir meslek seviyesine yükseltecek bir hareket başlatmak istiyorum."[9] Peki bu, gazetecileri bir tür elit sınıf haline getirmeyecek miydi? Pulitzer'in beklentisi tam da buydu: "Gazeteciler arasında paraya değil ahlak, eğitim ve karaktere dayalı bir sınıf duygusuna ihtiyacımız var."[10]

CNN'in eski Washington büro şefi ve şimdi George Washington Üniversitesi Medya ve Halkla İlişkiler Okulu'nun müdürü olan Frank Sesno, gazeteciliğin bir özü olduğunu söylerken bu türden bir gazeteciliği kastediyordu: "Haberin DNA'sı, tek ve net bir başlığı olan tutarlı bir hikâye bulmaktır." Bu, Pulitzer'in hayal ettiğinden çok daha az yüce bir hedef. Pulitzer için gazetecilik, henüz değilse bile ileride kamu yararına hasredilmiş mesleki bir arayış olabilirdi ve olmalıydı. Cephe komutanı bir generalden ziyade, siperdeki kıdemli asker gibi konuşan Sesno içinse gazetecilik, "tek ve net bir başlığı olan tutarlı bir hikâye" bulma zanaatıdır.

---

8 Joseph Pulitzer, "The College of Journalism," *North American Review* 178, no. 570 (1904), 641–80: 680.

9 Ibid., 657.

10 Ibid., 649.

"DNA" metaforunu sevdim ama "tek ve net bir başlığı olan tutarlı bir hikâye", meseleyi tam olarak karşılamıyor. Yeni nesil gazetecilere ilham verecek bir düstur da değil. Nitekim Sesno, dünya giderek daha karmaşık hale geldiğinde formülünün yetersiz kaldığını kendisi de kabul etti. Haberlere konu olan olaylar karmaşıklaştığında ve hikâyenin doğrusu üzerinde bir fikir birliği ortaya çıkmadığında, "medya kendi DNA'sıyla savaşmak zorunda kalacaktır."[11] Kendi DNA'nızla savaşmak: neden? Çünkü hikâye tutarlı olmayacak. Eldeki verilerden "tek ve net bir başlık" çıkmayacak. Ve bunlara rağmen muhabir yine de bir hikâye anlatmak, basitleştirmek, dramatize etmek ve belki biraz teatral olmak zorundadır. Profesyonel habercilik, gazeteciyi tüm bunları yapmaya zorlar, sadece yazarlık yeteneği değil, aynı zamanda okur beklentilerine ilişkin bir sezgi ve bazı analitik beceriler gerektirir. Gazetecinin, devletin onayladığı bir çalışma lisansı ya da otorite kurabileceği laboratuvar önlüğü ve stetoskopu yoktur. Son derece zor olan görevi, olgulara ve hikâyeye bağlı kalırken bunu altta yatan önemli sorunların vurgulandığı bir bağlama oturtmaktır. Sesno'nun gazeteciliğe yaklaşımı, dünyadaki çoğu gazeteciye tanıdık gelir ama kapsayıcı ve evrensel bir profesyonellik gibi tanımladığı bu yaklaşım, belirgin biçimde Amerikan'dır. İki dünya savaşı arasında Avrupalı gazeteciler, Amerikan tarzı gazeteciliğin bazı unsurlarını benimsemiş ancak özellikle Fransa ve Güney Avrupa bu tarza, Hollandalı medya tarihçisi Marcel Broersma'nın dediği gibi "her zaman gönülden değil ve çoğunlukla kısmen" katılmıştır.[12]

Kıta Avrupa'sında çıkan gazeteler ancak yirminci yüzyılın ortalarında manşet kullanmaya başlamıştır. Ondan önce -hatta bazıları II. Dünya Savaşı sonrasına kadar- gazeteler, Broersma'nın "dikey" düzen olarak adlandırdığı şekilde basıldılar. Ulu-

11 Aktaran: Margaret Sullivan, "Media Must 'Fight Their Own DNA' to Properly Cover the Redacted Mueller Report," *Washington Post*, 17 Nisan, 2019.

12 Marcel Broersma, "Americanization, or: the Rhetoric of Modernity. How European Journalism Adapted US Norms, Practices and Convention," Klaus Arnold, Paschal Preston, ve Susanne Kinnebrock, der., *Handbook of European Communication History* (Chichester ve Malden, MA: Wiley, 2020) içinde, s. 411.

sal, dış ve yerel şeklinde ilerleyen standart bir haber sıralaması vardı. Her haber bir diğerinden küçük bir satırla ayrılmıştı ve manşet kullanılmışsa bile bunlar, "Savaş" veya "Paris Konferansı" gibi çok genel, kategorik başlıklardı. Okurun bir bakışta haber kuruluşunun en önemli bulduğu haberleri ayırt edebilmesi imkânsızdı. Uygulanan herhangi bir editoryal karar yoktu ve yine Broersma'nın sözleriyle, "gazeteciler çoğu kez bir olayın üzerine gidip araştırarak haber yapmazlardı."[13] Avrupalı gazeteciler bir ölçüde haber aktarmaya dayanan çalışma tarzından ziyade "ifade edici" veya "düşünümsel" tarzlarına bağlı kaldılar. Broersma'dan son bir alıntı: "Avrupa gazeteciliği, büyük ölçüde, yalın gerçeklerin doğrudan aktarılmasından ziyade, fikirlerin ifşasına odaklanmıştır."[14]

Gazeteciliğin can damarı olarak hikâyeyi haberleştirme fikrinin, her yerde tam olarak kabul görmese de, haber kuruluşlarının devlet sansürüyle cebelleştiği ülkeler dâhil, dünyanın birçok yerinde güçlü bir dayanağı olduğunu düşünüyorum. Gazetecilikte profesyonellik, "haberin" ne olduğunu ve nasıl bulunacağını, nasıl doğrulanacağını ve nasıl sunulacağını bilmekten ibarettir. Gazetecilerin bunun dışında sosyal adalet, topluluk gururu ya da ulusal güvenlik gibi konulara ilişkin kaygıları hesaba katması, en iyi ihtimalle, gazetecilerin gözünde rahatsız edici ve ciddi şekilde yozlaştırıcıdır. Neyin haber olduğuna karar verme yeteneğine sahip olabilecek gazetecilere, neyin sosyal adalet sayılacağı veya ulusal güvenlik gerekçesiyle hangi bilgilerin saklanması gerektiği konusunda nihai kararı verme hakkını hangi otorite tanımaktadır? Gazetecilerin gözünde bu, esas gazetecilik görevini lekelemez mi? Yine de, en iyi haber kuruluşlarının, bazılarıyla her gün bazılarıyla daha az karşılaştıkları bu tür lekelenmeler, bir rahip ya da rahibenin yeminlerine sadık kalmaları gibi gazetecilerin kendi "DNA"larına bağlı kalmalarının ne kadar zor olduğunu göstermektedir.

13 Ibid.
14 Ibid., s. 416.

Gazeteciliğin salt haber toplama görevinden gündelik sapma, gazetecinin olguları sıralamanın yanı sıra bir metin yazması ve yazmaya çalıştığı şeyin, en iyi halinde okuyucuya veya izleyiciye temas etmeyi hedefleyen bir "hikâye" olmasıdır; yani gazeteci sadece enformasyon[15] iletmeyi amaçlamaz. Gazetecilerin haber üretirken okuru hesaba katmaları gerektiği açık, ama buna izin verildiğinde, hangi haberin kamu yararına olup olmadığına ilişkin öznel yargıların yanı sıra, haber ile onu şekillendiren piyasa arasında uçurum beliriyor. Hikâye yazmak, zaten gazetecilerin okurlarıyla düzenli olarak duygusal bağ kurmaya çalıştıkları anlamına gelir. Medya uzmanı Karin Wahl-Jorgensen, Amerikalı gazetecilerin Pulitzer ödülü kazanma olasılıklarının, haberlerine duygu kattıklarında yükseldiğini göstermiştir. Araştırma, Pulitzer ödüllü gazetecilerin, genellikle bir kriz anında yakaladıkları haber kaynaklarını yoğun keder ya da zafer, umutsuzluk ya da umut, sevinç ya da öfke duygularıyla incinmiş ya da keyiflenmiş duygusal varlıklar olarak tasvir ettiklerini söylüyor. Bunlar, "enformasyonun" canlanmasını ve izleyiciye dokunmasını sağlayan özelliklerdir.[16]

Gazetecilerin işi, hikâye anlatmaktır. Ve hikâye anlatmak, bir dizi olguyu sıraya dizmek değil, bu olguları okura veya izleyiciye dokunabilecek şekilde bir araya getirmektir. Başarılı gazetecilik örneklerini değerlendiren seçici kurullar bunu bilir ve ödüllendirirler. Gazetecilik öğrencilerinin okudukları ders kitapları da bu meseleye işaret ediyor. Ödüllü gazeteci ve daha sonra Florida, St. Petersburg'daki meşhur Poynter Enstitüsü'nde gazetecilik eğitmeni olan Al Tompkins, adı tam da Wahl-Jorgensen'in görüşünü yansıtan bir metin kaleme almıştır: "Kalbe seslenmek" (*Aim for*

15 Türkçede "bilgi" ile karşılanan şey için İngilizce'de önemli bir ayrıma denk düşen en az iki sözcük bulunmaktadır: "Information" ve "knowledge". *Information*, kabaca işlenmemiş ya da ham bilgiye, *knowledge* ise işlenmiş ya da bağlamsal bilgiye işaret etmektedir. Bu yüzden bu cümledeki anlamı daha iyi yansıtacağından, bilgi yerine "enformasyon" sözcüğünü yeğledik. Bu konuda ayrıntılı bilgi için şu kitabın giriş bölümüne bakabilirsiniz: Peter Burke, *Gutenberg'den Diderot'ya Bilginin Toplumsal Tarihi*, çev. Mete Tunçay (İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 2010, 4. basım) (ç.n.)

16 Karin Wahl-Jorgensen, "The Strategic Ritual of Emotionality: A Case Study of Pulitzer Prize-winning Articles," *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 14, no. 1 (2013), 129–45.

the Heart). Tompkins burada, kendisinin ve diğer gazetecilerin haber merkezlerindeki tecrübelerine dayanan çok çeşitli örneklerle izleyicilerin, dinleyicilerin ve okuyucuların kalbine nasıl ulaşılacağı konusunda tavsiyeler veriyor.[17]

Gazeteciliğin DNA'sını ihlal eden daha sıradışı örnekler, sık olmamakla birlikte, oldukça çarpıcıdır. *New York Times*'ın Genel Yayın Yönetmeni Dean Baquet, 2003 yılında *Los Angeles Times*'ın yazı işleri müdürüyken o sırada California valiliği için yarışan ünlü Hollywood oyuncusu Arnold Schwarzenegger'in adaylığını tehlikeye atabilecek bir haberle başa çıkmak zorunda kalmıştı. Sinema sektöründeki altı kadın, Schwarzenegger'in kendilerine cinsel tacizde bulunduğuna ilişkin inandırıcı iddialarda bulunmuştu. Konuyla ilgili haber, seçimlere birkaç gün kala hazırdı fakat editörler oylamanın bitimine kadar haberi yayımlamamalarının daha doğru olup olmadığını tartıştılar. Böyle bir haber, oylamaya bu kadar kısa bir süre kalmışken, Schwarzenegger'e cevap hakkı için çok az süre bırakarak bir son dakika darbesi gibi görünmeyecek miydi?

LA Times haberi yayınladıysa da Schwarzenegger seçimde ezici bir zafer kazandı. Daha sonra Baquet, Schwarzenegger'in adının yer aldığı cinsel taciz haberleriyle ilgili bir hasar tespiti dosyası hazırlayan gazeteciye yaptığı açıklamada şöyle demiştir: "Bazan insanlar bir gazete için elindeki haberi yayımlamamanın çok önemli bir karar hatta siyasi bir eylem olduğunu anlamazlar. Yaptığın haberi yayımlamamak bir gazetecilik eylemi değildir. Bir gazetenin yapması gerekenle alakası olmayan şeylerin, karar alma sürecini gölgelemesine izin vermektir."[18] Baquet'e göre, gazeteci yayınlar, nokta... Haberin yeterince nitelikli olmaması, yayınlamamak için bir sebep olabilir. Yayınlamanın insan hayatını tehlikeye atma olasılığı, iyi haberciliğin tüm standartlarını karşılıyor olsa da bir haberi bekletmek için bir neden olabilir. Baquet

17 Al Tompkins, *Aim for the Heart: Write, Shoot, Report and Produce for TV and Multimedia*, 2. basım (Washington, DC: CQ Press, 2012).

18 Aktaran: Rachel Smolkin, "The Women," *American Journalism Review* (Aralık 2003–Ocak 2004). https://ajrarchive.org/article.asp?id=3507.

için bütün mesele buydu. Yayınlamamak için bunlardan başka herhangi bir gerekçe olamazdı.

On yıl kadar sonra Baquet bu yaklaşımını gözden geçirmek zorunda kaldı. 2016 yılında, *New York Times*'ın genel yayın yönetmeni olarak önce WikiLeaks, ardından Chelsea Manning ve daha sonra Edward Snowden tarafından ifşa edilen devlet sırlarını yayınlayıp yayınlamama konusunda dünyanın en etkili gazetesinin tepesindeki kişi olarak büyük ölçüde kendisine düşen kararların ağırlığı altındaydı. Bu devasa ifşaatları yayınlayacaksa, bunu nasıl ve ne ölçüde yapacaktı? Bu konudaki görüşlerini BBC ile yaptığı bir röportajda açıkladı. WikiLeaks'in sızdırdığı ilk "veri yığınının" küresel kamuoyuna önemli bilgiler sağladığını ama sonraki ifşalar konusunda çok daha kararsız hissettiğini söylüyordu.

> Gazetecilik açısından ilk ifşa açıkça haber değeri taşıyordu. Haber kaynağı idealist görünse de artık bizzat hükümetlerin bilgisayar korsanlığını silah olarak kullandığı bir çağdayız. Fakat yine de, beni rahatsız etse de, haber kaynağı hikâyenin parçası olsa da, insanların öğrenmesinin gerçekten önemli ve hayati olduğu bir enformasyon söz konusuysa onu yayınlamanın bir yolunu bulmamız gerektiğini düşünüyorum.

Dean Baquet BBC'ye, nihayetinde sadece Buzzfeed'in yayınladığı materyalin sadece belli bir kısmını yayınlayabileceğini söylemişti: Saygın bir eski İngiliz istihbarat yetkilisi olan Christopher Steele'in, Donald Trump'ın Ruslarla ilişkisini anlattığı "dosya." Ama yayınlasaydı bile yalnızca kamu için önemli görünen bilgileri yayınlayacağını, bilgi kaynakları ile bu kaynakların motivasyonları konusunda şeffaf olmak için elinden geleni yapacağını ve kamuya mal olmuş figürlerin özel hayatlarının kamusal açıdan önemli olduğu hususundaki endişeleri dikkate almayacağını belirtti.[19]

---

19 15 Aralık 2016, BBC'nin *Newsnight* editörü Ian Katz'la röportaj, Rusbridger, *Breaking News*, s. 253.

Baquet'in biraz dolambaçlı sözlerini ve 2003'teki "gazeteci yayınlar" ortodoksluğunu keskin biçimde terk etmesini, seçkin bir gazeteciyi eleştirmek için değil, dijital ve küresel çağımızın yeni enformasyon ortamının, gazeteciliğin temel özelliklerini nasıl çetrefilleştirdiğini göstermek için alıntıladım. Sorun ortaya çıktığı anda ve tüm dünya size bakarken yeni bir gazetecilik felsefesi icat etmek imrenilecek bir görev değildir. Baquet'in düşüncesinin doğaçlamacı karakterini gözlemleyebilirim ama onun yerinde ben olsaydım acaba ne yapardım? Ya da siz ne yapardınız?

2003'teki Arnold Schwarzenegger vakasından 2015'teki drone savaşına kadar Baquet'in tutarlı olduğu nokta, gazetecilikle politika arasında hızlıca bir ayrım yapmasıdır. Harvard Hukuk Fakültesi profesörü Jack Goldsmith ile 2015 yılında yaptığı bir röportajda, 2003'te söylediği şeyi tekrarlamıştır: "...Bana göre, yayınlamamak neredeyse politik bir eylemdir. Yayınlamamak çok önemli bir meseledir." Baquet böylece, Goldsmith'e, devlet sırlarını yayınlayıp yayınlamamak gibi zor durumlarda yayınlamamasını isteyebilecek istihbarat ajanslarının veya diğer makamların bunun için kendisini ikna etmeye zorladığını açıkladı: "Beyler, gerekçe gösterin. Ulusal güvenliğe zarar verdiğini söyleyemezsiniz. Muğlak biçimde birinin ölümüne neden olacağını söyleyemezsiniz. Bana yardım etmek, gerekçeyi söylemek zorundasınız." Baquet halen yayınlamama kararı verebiliyor, ama sadece Amerikan askerlerinin, casuslarının veya müttefiklerinin hayatlarının, *Times*'ın elindeki hikâyeyi yayınlaması durumunda gerçekten riske gireceğine hükümet yetkilileri onu ikna ettiğinde.[20]

Eskiden, önemli haber kuruluşlarının, ulusal güvenlikle ilişkili bir haber hazırlarken ABD hükümetiyle görüş alışverişinde bulunmaları için İnternet'e veya büyük veri sızıntılarına gerek yoktu. Ancak en az yarım yüzyıldır, bu kuruluşlar, gazetecinin

20 Jack Goldsmith, "Interview with Dean Baquet, Executive Editor of *New York Times*, on Publication Decisions About Intelligence Secrets, and More," 29 Nisan 2015, *Lawfare Blog* https://www.lawfareblog.com/jack-goldsmiths-interview-dean-baquet-executive-editor-new-york-times-publication-decisions-about.

yükümlülüğünün kamusal bakımdan önemli konularda iyi belgelenmiş öyküler yayınlamak olduğu şeklindeki olağan varsayımı bir kenara bıraktılar. Bu varsayıma dayalı örnekler en azından 1961 yılına kadar geçerliydi. O tarihte *New York Times*, Fidel Castro'nun Küba'sının Domuzlar Körfezi üzerinden yaklaşan ABD destekli işgalinin duyumunu almış, haber dosyasını hükümetle paylaşarak Beyaz Saray'ın istekleri doğrultusunda gönüllü olarak değiştirmiştir. Bir kuşak sonra, 1986'da *Washington Post*, "Ivy Bells" kod adlı gizli bir ABD denizaltı mekanizmasının, Sovyet kablo iletişimine sızdığını, ancak bu mekanizmanın, Ulusal Güvenlik Ajansı'nda çalışan alt düzey teknisyenlerden biri olan Jack Pelton tarafından tehlikeye atıldığını öğrendiğinde benzer bir durum ortaya çıkmıştı. Pelton, Ivy Bells'le ilgili bilgileri Ruslara satmıştı. Haber merkezi yöneticileri, onları hiçbir şey yayınlamamaya zorlayan NSA Direktörü Korgeneral William Odom ile bir araya geldi. Bu, Sovyetlere bilmedikleri bir şeyi ifşa ederek ülkeyi tehlikeye atacaktı. Gazetenin genel yayın yönetmeni Ben Bradlee, Sovyetlerin zaten haberdar olduğunu söyleyerek karşı çıktı. Odom ise bunu o kadar net olmadığını söyleyerek reddetti: hangi Sovyetler? Bu bilgi belki de Sovyet istihbaratının gizlediği bir şeydir ya da örtbas etmiştir ve fakat *Post*'un haberi Sovyetler Birliği'nde genel bir alarmı tetikleyecek ve karşı casusluk önlemlerini artıracaktı. Bu, *Post*'u ihtiyatlı hale getirdi. Gazetenin editörleri ve muhabirleri, her biri bir öncekinden daha az ayrıntı içeren taslaklar üzerinde çalıştılar. Bradlee her seferinde soruyordu: "Bu haberin toplumsal yararı nedir?" Neticede *Post*, beş aydan uzun süren müzakerelerin ardından, yönetimin itirazlarına rağmen haberi yayınladı.[21]

Bu örneklerde ABD basını gönülsüzce de olsa kamunun koruyuculuğunu ya da ABD'nin ulusal yararı olarak anlaşılan kamu yararı adına hükümetle ortak velayetini üstlenmiştir. Muhabirler Eric Lichtblau ve Jim Risen, Amerikan istihbarat teşkilatlarının Amerikan vatandaşlarının telefon görüşmelerini yasadışı bir

21 Bob Woodward, *Veil: The Secret Wars of the CIA, 1981–1987* (New York: Pocket Books, 1988), s. 516–35.

şekilde izledikleri bilgisini bir yıl bekletmiş, sonrasında pişman olmuşlardır. *New York Times*'ın hukuk müşaviri David McCraw "hükümetin itirazlarının çok soyut, inandırıcılıktan uzak, yetersiz düzeyde ağır olduğunu veya yetki hiyerarşisinin çok altında, dolayısıyla bilgi sahibi olamayacak görevlilerce verildiğini ve bu nedenlerle editörlerin çoğunlukla yayınlama yönünde karar aldığını" yazmıştır. "Ama bu bir bilim değildir, editörler bazen yanlış anlar. Ulusal güvenlik, doğası itibarı ile almaları gereken kararların en zorudur."[22]

Normal, gündelik gazetecilikte bile, "olguları bul, haberi yaz" dışındaki değerler devreye girer. Özel bir örnek, Britanya'ya hizmet etmek üzere hükümetin imtiyaz verdiği BBC'nin durumudur. BBC, ulusal kimliğin ihtiyaçlarına hizmet etme yükümlülüğü altındadır. Başlangıçta, kendini bilinçli olarak, İngiliz Kilisesi'nin uygulamalarına bağlılık dâhil, özgün İngiliz geleneklerini kutsayan bir İngilizlik duygusunu geliştirmeye adamıştı. BBC'ninki bir ulusal güvenlik kaygısı değilse bile ulusal kimliğin pekiştirilmesini örgütsel bir amaç olarak benimseme meselesiydi.

Peki, BBC'nin ulusal birlik amacına bağlılığı gibi bir şey, Amerikan gazeteciliği için sorunlu ise Amerikalı gazetecilerin bağlı olduğu gayrıresmi bir ahlaki gündemin varolduğu söylenebilir mi? 1970 Yılında Amerikalı gazeteci Jack Newfield, kendisinin katılmadığı ama Amerikalı gazetecilerin çoğunun inandığı değerleri şöyle sıralamıştı: Refah devleti kapitalizmi, Tanrı, Batı, Püritenlik, Hukuk, aile, mülkiyet, iki partili sistem ve belki de en önemlisi, devletin meşru şiddet tekeli.[23] Sonraki elli yılda "Tanrı" çoğunlukla terk edildi, "Püritenlik" kesinlikle bırakıldı ve diğerlerinin çoğunda tadilat yapıldı. Daha sistematik olarak, sosyolog Herbert Gans, Amerikalı gazetecilerin, belki farkında bile olmadıkları bazı "kalıcı değerlere" tutunduklarını savundu. Gans'ın kalıcı değerler listesi; etnosentrizmi (dünyanın geri kala-

22 David E. McCraw, *Truth in Our Times* (New York: All Points Books, 2019), s. 195.

23 Jack Newfield, "Journalism: Old, New and Corporate," Ronald Weber, der., *The Reporter as Artist: A Look at the New Journalism* (New York: Hastings House, 1974) içinde, s. 56. 1970 tarihli makalenin yeniden basımı.

nından çok daha fazla ABD hakkında yazmanın uygun olması), "sorumlu kapitalizmi" (kapitalizmin tamamen kabul edilebilir ekonomik sistemimiz olduğunu, ancak kapitalist kurumların kâr kaygısının dışında kamu yararını gözetmek konusunda "sorumlu" davranması gerektiğini), "özgecil *(altruistic)* demokrasiyi" ve "ılımlılığı" (bir siyasi merkezin sağındaki ve solundaki aşırı konumlara güvenilmemesini, hatta belki de siyasi hakikat tipik olarak 'orta'da bulunduğu için diğer konumlardan hiç bahsetmemeyi) içeriyordu.[24] Gans, listesini 1979'da tamamlamıştı ve bu liste hala ana akım medyanın haber merkezlerindeki normatif konumlanışları gayet iyi tanımlıyor. Bu liste; haberi çarpıtmak için bir tasarım veya niyet anlamında taraflı olmayı değil, çağdaş dünya ve onun başlıca kurumları hakkında dikkate alınmamış veya neredeyse hiç düşünülmemiş, neyin iyi neyin kötü, neyin doğru neyin yanlış olduğuna ve dolayısıyla neyin tanınacağına dair varsayımlar anlamında bir arka plan önyargısını işaret ediyor. Bu önyargılarla dünyadaki olaylar, normal davranıştan ve normal uygulamalardan sapma olarak ya "haber" (mesela bir cinayet) ya da "kamusal söylemlere değer konuların kabul edilebilir sınırlarının ötesindeyim" şeklinde kabul ediliyor.

Bunlar, gazeteciliğe kendiliğinden ve bilinçsizce ama çok sık sızan değerlerdir. Hükümetle ulusal güvenliğe dair istişareler ise nadirdir ve hiç hoş karşılanmaz. Sonuçta, bu tür görüşmeler gazeteciliği, hükümeti hesap vermeye zorlayan güvenli gazetecilik alanının dışındaki tehlikeli konuma iter: gazetenin neredeyse hükümetin bir parçasıymış gibi davrandığı yer.

Gazetecilik kendi konfor alanında faaliyet gösterdiğinde, iktidar sahiplerini hesap verebilir konumda tutmakla ilgili profesyonel gazetecilik idealine hizmet eder. *Washington Post*'un eski genel yayın yönetmeni Leonard Downie, Jr. bunu "hesap verebilirlik gazeteciliği" olarak adlandırıyor. Bu terimle "geleneksel soruşturmacı habercilik ve daha fazlası"nı kastediyor. Daha fazlası dediği şeyler; ulusal güvenlikten hükümete, siyasetten iş dünya-

24 Herbert Gans, *Deciding What's News* (New York: Pantheon Books, 1979).

sına, çevre sorunlarından eğitime ve haber medyası endüstrisine kadar çeşitli siyasi konuşmaların ve saldırgan haber bültenlerinin doğruluk kontrolünden geçirilmesidir *(fact-checking)*.[25]

Peki, hesap verebilirlik gazeteciliği tam olarak nedir? Duygusal açıdan ikna edici *(compelling)* bir şekilde sunulan ve bahsettiği güçlü kişi ve kurumlar karşısında iddia sahibi *(assertive)*, özgün bir haberciliktir. Bütün bunlar, demokratik bir hükümeti halka karşı daha sorumlu hale getirmeye yardımcı olmayı hedefler.

Hesap verebilirlik gazeteciliğinin olmadığı yerde gerçek anlamda demokrasi de var olamaz. Ama demokrasinin olmadığı yerde bir tür gazetecilik kesinlikle mevcuttur. Demokratik olmayan ülkelerdeki gazeteciler, demokratik ülkelerdeki gazetecilerin profesyonelliği gibi bir şeyi çok isteyebilirler ama bu özlemlerinin gerçekleşmesi pek mümkün değildir. Gazeteciliğin araştırma safhasına yönelik baskının dereceleri vardır: haber kaynaklarına erişimin izne bağlı olması; hakaret ve tacizden başlayıp tehdit, saldırı, hapis ve cinayete kadar uzanan değişik derecelerde baskı biçimleri söz konusudur. İfade özgürlüğüne ve özgür basına doğrudan karşı çıkan diktatörlükler ve seçilmiş liderlerin saldırı için bağımsız medyayı hedef aldığı "liberal olmayan demokrasiler" vardır. Hem diktatörlükler hem de liberal olmayan otokratlar sadece, standart profesyonel gazeteciliğin, herhangi bir etkisi olmayan, mümkün mertebe hastalıklı ve yaralı bir biçimine izin verirler.

---

25 Bunları şu kaynaktan alıyorum: C. W. Anderson, Leonard Downie Jr., ve Michael Schudson, *The News Media: What Everyone Needs to Know* (New York: Oxford University Press, 2016), s. 112. Kitabın bu bölümünden Downie sorumluydu. "Hesap verebilirlik gazeteciliği" terimi, "muckraking" veya "araştırmacı gazetecilik" veya "bekçi köpeği gazeteciliği"nin yerini almasa da, tüm terimler hala daha geniş kullanımda iken, Downie hala *Washington Post*'ta genel yayın yönetmeniydi (1991–2008) ve hesap verebilirlik gazeteciliği terimini kullanmaya başlamıştı. Terimin araştırmacı gazetecilikle sınırlı olmadığı vurgusu bana çok önemli görünüyor. Downie, terimi ilk kullanan kişi veya ilk kullananlardan biri olabileceğini düşünüyor: "Hesap verebilirlik gazeteciliği terimini yaygın olarak ve sıklıkla kullanan ilk kişi bendim." (22 Kasım 2017 tarihli e-posta). Ben de bunun, demokrasilerin en çok ihtiyaç duyduğu gazetecilik türü için en uygun terim olduğunu düşünüyorum.

Başka yaralı ve yaralayıcı gazetecilikler de söz konusudur. En iyi profesyonel gazetecilik iddiası, en büyük zararın, gazeteciliğin yaydığı şeylerden geldiğini inkâr etmez. Tabloid gazetecilik veya eğlence gazeteciliği milyonlarca insan için eğlenceli olabilir, ancak skandallaştırma, basit olayları abartarak sunma, "Alaska'da Marslılar görüldü!" şeklindeki sansasyon uğruna yalan söyleme veya yanıltma çabaları ile iki tür zarara neden olurlar. Birincisi, insanların sınırlı ilgisini özgün ve gerçekten önemli haberlerden uzaklaştırırlar. İkincisi, neredeyse karşı konulamaz şekilde paylaşılabilir öğeler ürettiklerinde, bunlar çevrimiçi ortamda geniş çapta yeniden dolaşıma sokulur. İngiltere'de yakın zamanda gerçekleştirilen bir saha araştırması, Twitter'da siyasi haber paylaşan kişilerle yapılan bir anket çalışmasıydı. Araştırma, "İngiltere'deki tabloid gazetelerin, sosyal medyadaki sivil yaşam kalitesini olumsuz etkilediğini" bulguladı, çünkü ankete katılanlar, yanlış olduğundan şüphelendikleri, hatta yanlış olduğunu bildikleri şeyleri çevrimiçi olarak paylaştıklarını kabul ettiler.[26] Burada eski moda, kaba gazetecilik, erişim alanını genişletmek ve sivil yaşamın havasını kirletmek için yeni çevrimiçi fırsatlarla işbirliği yapmaktadır.

26 Andrew Chadwick, Cristian Vaccari ve Ben O'Loughli , "Do Tabloids Poison the Well of Social Media? Explaining Democratically Dysfunctional News Sharing," *New Media and Society* 20, no. 1 (2018), 4255–74: 4270.

3

Olguları aktaran, ikna edici ve iddialı: Kayda değer gazeteciliğin anatomisi

Bir akademisyenin kaleme aldığı bir metne "gazetecilik" *(journalistic)* denmesi her durumda onu itibarsızlaştırmak anlamına gelir. Bu durum ABD'de olduğu ölçüde Fransa'da da geçerlidir: "Bir Fransız profesör, bir öğrenci ödevinin kenarına *'journalistique'* yazarsa... bu, ödevin derinliksiz, klişelerle dolu olduğu anlamına gelir. Bir haber merkezinde kullanıldığında *'très universitaire'* (fazla akademik) ifadesinin de bir iltifat olmadığını söylemeye gerek yok."[1] Burada bir akademisyen olarak konuşurken dürüst olayım: bazen gazetecilik, beşeri ve sosyal bilimlerdeki en iyi ve en nadir akademisyenlikten daha derin ve zengindir. Bilimi gazetecilikten neredeyse değişmez bir şekilde ayıran tek şey, mükemmelliğinin ölçüsünün "literatüre" yeni bir şey katıp katmadığıdır.[2] Bu, alandaki uzmanlar arasında süregelen tartışmaları, anlaşmazlıkları ya da cevabı henüz verilmemiş soruları irdelemek gerektiği anlamına gelir.

1 Erik Neveu, "News Without Journalists: Real Threat or Horror Story?" *Brazilian Journalism Research* 6, no. 1 (2010), 29–54: 51.

2 Paul Starr, "The Edge of Social Science," *Harvard Educational Review* 44, no. 4 (1974), 393–415.

Eğer çalışma çok iyiyse, aynı konuda kendinden önce yapılmış çalışmalara katkı sunmuş ya da bu çalışmaları kararlı bir şekilde eleştirerek önceki verileri geçersiz hale getirmiş, alandaki bakış açısını değiştirmiş demektir. Akademik çalışma en az birkaç yıl, genellikle de on veya yirmi yıl, bazen de yüzyıllar öncesine uzanan uzun bir tartışmaya atıfta bulunur. Gazeteciliğin genel olarak niyet ettiği şey ise, bugüne, yeni olana dair bir tartışmadır; etkisi yaygın ve uzun süreli olsa da, yaşanan ana dairdir.

"Haber" çok eski bir şey ama gazetecilik, Batı'da 1500'lerde ve 1600'lerde ortaya çıkan ve 1800'lerin ortalarında büyük önem kazanan, oldukça modern bir icattır. Daha önce de değindiğim gibi, çoğu gazete, birbirlerinden aldıklarını yeniden basan, okurlardan gelen yazıları rastgele yayınlayan ve devlet dairelerinin, rastgele gezginlerin, reklamcıların, düzenli muhabirlerin şiir ve kurgusal eserlerin de dâhil olduğu çok çeşitli yazılarını belirli bir ücret karşılığında ya da ücret ödemeden yayınlayan derlemelerdi. Gazete sayfaları büyük ihtimalle, haberlerin gazete bürosuna geliş sırasını ve gelme şeklini yansıtıyordu. ("Telgrafla gelen haberler", ortak yanları, telgrafla gazeteye gönderilmeleri olan birbirinden farklı konulardaki haberlerin altında toplandığı sıradan bir başlıktı.) Gazeteciliğin gelişen mesleki özbilinci ancak 20. Yüzyılda mesleki bir gurura ve doğruluk, adil olma, tarafsızlık veya 1920'lerde kavuşacağı yeni adla "nesnellik" gibi, muhabirin uyması gereken bir dizi etik kural ya da örüntüye sahip oldu.

Burada da birden fazla gazetecilik var. Odaklandığım profesyonel gazetecilik içinde bile birden fazla tür söz konusu. Çoğunlukla gündelik sorunlardan uzak, kitaplarda ya da dergilerde ama aynı zamanda günlük gazetelerde de rastlanan; okurun mahallesindeki, diğer toplumlar veya diğer ülkelerdeki insanların farklı yaşam tarzlarını ve bakış açılarını anlamasına yardımcı olmak üzere bir şeyler anlatmaya yoğunlaşan ama gezi günlüğü biçiminde de olmayan gazetecilik türleri vardır. Bunlar, bana göre çok önemli ancak normalde insanların "gazeteciliğin neden önemli olduğu" üzerine düşünürken akıllarına gelen ilk şeye denk düşmeyen, bir tür sosyal empati gazeteciliğidir. Bir de, yeni bir mah-

keme kararı veya kanun, yeni bir film veya oyun veya bilimsel keşif veya müzik parçası veya eski bir müzik parçasının yeni performansı gibi konular üzerine uzman görüşlerini içeren eleştirel düşünme gazeteciliğinden söz edilebilir. Hepsi de "gazetecilik" olarak adlandırılan bu çabalar, kamuoyu oluşumunda ve kamusal bir tartışmayı başlatmada toplumsallaştırıcı bir rol oynarlar.

Gazeteciliğin kalbinin attığı yer, siyasi liderlerin yaptıklarını, yapmakta olduklarını ve yapmak istediklerini halkla ilişkilendirme çabasıdır. Gazetecilik, seçilmiş ve atanmış kamu görevlilerinin çalışmalarını takip eder ve projektörü bu kadın ve erkeklerin kamu görevlerindeki başarılarına, başarısızlıklarına ve yolsuzluklarına çevirir. Bu çalışmaların bazıları muhalefet partileri ya da diğer sivil toplum örgütleri tarafından yapılıyor olabilir. Ancak hiçbir kurum bu tür çalışmaları profesyonel basın kadar istikrarlı ve zihinsel olarak bağımsız bir şekilde yapmaz; gazeteciliğin önemli olmasının nedeni basitçe budur.

Gazeteciliğin ekonomik sıkıntılarına (yeni "iş modeli"ni ne zaman bulacağız?), profesyonellerin o an için bulunmadığı yerlerde cep telefonu ile hazır ve nazır bekleyen amatörlerle artan rekabete, "medyaya" yönelik kamusal güvenin giderek azalmasına (bu arada, "güven" ve "medya" terimlerinden ne anlaşıldığı muğlaktır) rağmen profesyonel olarak gerçekleştirilen gazetecilik büyük ihtimalle her zamankinden daha iyidir.

Peki, en kayda değer gazetecilik için "daha iyi" ne anlama geliyor? İktidar sahiplerini halka ve demokrasinin kurumlarına karşı sorumlu tutan gazeteciliği karakterize eden nedir? Temel olarak, ustalıkla bilgi aktaran (*reported*), duygusal açıdan ikna edici (*compelling*) ve iktidara karşı koymak hususunda iddialı (*assertive*) bir gazeteciliktir. Bu ölçütleri tek tek tartışacağım.

Olguları aktaran

Gazetecilikte temel beceri, araştırılan konuyla ilişkili olguları uygun yöntemlerle ve doğru bir şekilde elde ederek haberleştirmektir *(reporting)*. Bu, bir şeyler uydurmamakla ve güvenle

ilgilidir. Röportaj yaptığınız kişilerin nispeten dürüst olacağına ya da sahtekârlıklarının görülür olduğuna -mantık çerçevesinde ve makul bir şüphecilik doğrultusunda, şişirilmiş ifadeleri ya da saçmalıkları ayırt edebilecek ölçüde- güvenmektir. Makul ölçüde ve makul bir şüpheyle yaklaşmak kaydıyla, incelediğiniz belgelerin çeşitli hedeflere ulaşmak için üretilmiş olduğuna ve kuruluşun amaçlarına bağlı olarak belgenin bir şeyi doğru şekilde iletme amacı taşıdığına güvenmektir. Çoğu haber için kanıtların güvenilirliğine ilişkin, kanaate dayalı kararlar çok da karmaşık değildir, bazı haberler için ise biraz zor olabilir.

Muhabirlik yapmak; kanıtların güvenilir olup olmadığını değerlendirebilmek ve aynı zamanda, geniş anlamda "haber" olarak değerlendirilebilecek bir şeyi gördüğünüzde hemen tanıyabilmek anlamına gelir. Kişiyi gazeteci yapan şeyin bir özü varsa, o, "haberin kokusunu alabilen bir burun"dur. İngiliz bilim insanı Stuart Hall, elli yıl önce "haber-değerini" ya da "haber duygusunu" modern toplumdaki "en anlaşılmaz anlam yapıları arasında" saymıştı. "Bütün 'gerçek gazetecilerin' ona sahip olması gerekiyor: ama çok azı onu teşhis etmeye ve tanımlamaya isteklidir." Amerikalı sosyolog Gaye Tuchman da aynı zamanlarda şunları yazmıştı: "neyin haber olduğuna ilişkin yargı; kutsal bilgi, gazeteciyi diğer insanlardan farklılaştıran gizli yetenektir".[3] Habercilik (*reporting*), size söylenenleri veya bulduğunuzu düşündüğünüz şeyleri nasıl doğrulayacağınızı bilmektir. Habercilik, gerçekleri bir araya getirerek tutarlı bir hikâye oluşturmaktır. Habercilik, haberin temelini oluşturacak olan bilgi toplamanın ötesinde, ikna edici (*compelling*) bir hikâye yazmaktır.

İkna edici

Yaptığı işin olgularla, olgularla ve sadece olgularla ilgili olması gerektiğini düşünen bir gazeteci görmedim. Hepsi de soğuk,

3 Stuart Hall, "The Determination of News Photographs", Stanley Cohen ve Jock Young, derl., *The Manufacture of News: A Reader* (Beverly Hills: Sage, 1973) içinde, s. 176–90; ve Gaye Tuchman, "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity," *American Journal of Sociology* 77 (1972), 660–79.

kolayca unutulabilir, gerçek şeylerden daha fazlasıyla iletişim kurmaya çalışır. New York Times'dan Soomini Sengupta, 30 Nisan 2019'da Columbia Gazetecilik Okulu'nda iklim değişikliğini konu alan bir sempozyumda, muhabir ekibinin haberi "ikna edici, zengin, kişisel" yapmaya çalıştığını, "iklim değişikliğinin insan hayatına verdiği zararı" hissetmelerini sağlayarak okuru "harekete geçirme" misyonları olduğunu fark ettiğini söylemişti. Sengupta, buradaki zorlu görevin, iklim değişikliği gibi ağır ağır ilerleyen bir felaketi, 4 milyon abonenin meselesi haline getirmek olduğunu söyledi. Ertesi gün başka bir oturumda, New Orleans merkezli NOLA.com'dan muhabir Richard Webster ekip arkadaşları adına Dart Center'ın[4] suç, uyuşturucu ve cinayetin kol gezdiği bir mahallenin gençleriyle ilgili haberlerinin layık gördüğü Gazetecilik ve Travma ödülünü aldı. Webster konuşmasında, "harika öykülerin ... okuyucularla duygusal bir bağ kurabilenler olduğunu" ifade etti.

1970'te iki İsveçli akademisyen, haberlerin neden bu kadar sık "kişileştirildiğini" sorguladı. Bu; liberal, Batılı, birey-merkezli bir önyargı değil miydi? Yani bazı toplumlara özgü norm ve değerlerden mi kaynaklanıyordu? Ya da hedef kitleyle (*audience*) bağlantı kurma ve "özdeşleşme" yaratma ihtiyacıyla bağlantılı olarak tüm toplumları kapsayan, hikâye anlatmanın doğasıyla ilgili bir şey olabilir miydi?[5] Ya da onların o gün dikkate almadıkları bir olasılıkla, muhabirin hikâyesini doğrulama ihtiyacıyla ilgisi olabilir mi? Gazeteciler; gözlem, tanıklık veya belgelerle teyit edilebilecek belirli bir zaman ve belirli bir yerde belirli bir

4 Columbia Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü'ne bağlı olan ve şiddet, çatışma ve trajik olaylarla ilgili haberlere destek veren Dart Gazetecilik ve Travma Merkezi hedefini şöyle açıklamaktadır: "Sokak suçları, aile içi şiddet, doğal afet, savaş veya insan hakları gibi travmatik olaylarla ilgili iyi haberler bilgi, beceri ve destek gerektirir. Dart Center; profesyonel gazeteciler, akıl sağlığı uzmanları, eğitimciler ve araştırmacılardan oluşan küresel, disiplinler arası bir ağdan yararlanarak, dünyanın dört bir yanındaki gazetecilere bu zorluğun üstesinden gelmek için gerekli kaynakları sağlamaktadır." https://dartcenter.org/about (ç.n.)

5 Johan Galtung ve Mari Ruge, "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Foreign Newspapers," Jeremy Tunstall, der., *Media Sociology: A Reader* (Urbana: University of Illinois Press, 1970) içinde, s. 259–98.

şey söyleyen veya yapan somut kişiler gösterebilirlerse, sağlam ve savunulabilir bir zemindedirler. Ama bireysel eylemler yerine geri plandaki yapılara veya uzun vadeli süreçlere odaklanırlarsa, haberin ağırlığını yorum ve analize kaydırmış olurlar. Böylesi bir tutum, editörün ya da okurun zihninde soru işaretleri uyandıracaktır. Belki de tüm bunların bir bileşimi olabilir ama "kişileştirme", hepsi değilse bile pek çok haber öyküsünün, okuru duygusal olarak cezbeden özelliklerinden biridir.

Gazeteciler gazeteciliklerini eleştirilere karşı savunurken bilgi aktarmaktan (*reporting*), hangi işi yapmaya çalıştıklarını açıklarken ise hikâye anlatmaktan (*story-telling*) bahsederler. Savunmalarında olguların altını çizerler. Bir okur kitlesiyle ilişkileri sorulduğunda hikâyeleri, anlam oluşturmayı ve duyguları vurgularlar. Gazeteciliğin ne olduğunu ve ne işe yaradığını anlamak için, hem olgusal ayrıntılara ısrarlı, hatta takıntılı bir dikkat, hem de ayrıntıları duygusal açıdan ikna edici bir hikâyede bir araya getirme çabası anlaşılmalıdır.[6]

Eski *Chicago Tribune* editörü Jack Fuller cesurca, ciddi gazetecilere, okur ilgisini nasıl çekecekleri ve bu ilgiyi nasıl canlı tutabilecekleri konusunda fikir edinmek için tabloid veya alt gelir grubu piyasasında yer alan gazetelere, hatta tabloid televizyona bakmalarını tavsiye etmişti. Sorumluluk sahibi muhabirler, gazeteciliğin önemli toplumsal ve yurttaşlığa ilişkin misyonlarını ihmal etmeksizin, onları geliştirecek şekilde gerilimi (*suspense*) nasıl kullanabilirler? "Gerçekten önemli sorunlara dikkat çekmek" için şöhretli kişileri nasıl kullanabilir, geniş bir kamusal misyona hizmet etmek üzere, magazincilerin sıkça yaptığı gibi "sunucunun kişiliğinden" nasıl yararlanabilirler?[7]

---

6 Wahl-Jorgensen, "The Strategic Ritual of Emotionality" ve *Emotions, Media and Politics* (Cambridge: Polity, 2019).

7 Jack Fuller, *What Is Happening to News: The Information Explosion and the Crisis in Journalism* (Chicago: University of Chicago Press, 2010), s. 169.

İddialı

Afganistan'daki Afgan gazetecilerin açmazını bir düşünün. Henüz kendilerine ait bir gelenekleri yokken gazeteciliği Batı'dan öğrendiler. Bir Afgan muhabiri, araştırmacı Katherine Brown'a şöyle demişti: Amerikalı muhabirler, "insanları sorgulamak konusundaki cesaretleri bize ilham verdi." Bu, geleneksel Afgan kültürüne aykırı bir tutumdu. Afganistan'daki Amerikalı bir gazetecinin söylediği gibi, "Afgan kültüründe insanları zor durumda bırakmazsınız."[8] Bir toplumdaki yaşlı kişileri itibarsızlaştırma yasağı, evrensel olmasa da, dünya kültürleri arasında yaygın bir tabudur; bu tabunun İngiliz ve Amerikan gazeteciliğinin gelişiminde bile etkisi olmuştur. Önceki bölümde belirtildiği gibi, on dokuzuncu yüzyılın sonlarında Amerikalı muhabirler politikacılara ve ünlülere doğrudan soru sormaya başladıklarında, Avrupalı gazeteciler bunu, onaylamaya razı olmadıkları, kaba (ama tipik olarak Amerikan) bir uygulama olarak gördüler ama daha sonra benimsediler.

Röportaj, dünyanın dört bir yanındaki muhabirler tarafından kabul edilen ancak bazı toplumlarda hala güçlükler barındıran bir iddialılık biçimidir. Araştırmacı gazetecilik, dünyada röportajdan daha az yaygın olsa da, çok daha agresif bir iddialılıktır.

Güney Amerika'da araştırmacı gazetecilik 1980'lere ve 1990'lara kadar geniş çapta benimsenmedi. O zamana kadar bölgede gazetecilik "sistematik olarak eleştirel habercilikten kaçınmış, devlet ve piyasanın çıkarlarına kayıtsız kalmayı tercih etmiştir." Yine 8O'li ve 90'lı yıllara kadar ana akım gazetecilikte "bekçi köpeği haberciliği" olarak adlandırılabilecek bir şey bulmak zordu. Ancak Amerikan gazeteciliğinden ilham alan ve bazen de Amerikan vesayeti altındaki bekçi köpeği haberciliği 1980'lerde ve 1990'larda ana akım haline geldi.

---

8 Katherine Brown, *Your Country, Our War: The Press and Diplomacy in Afghanistan* (New York: Oxford University Press, 2019), s. 87–9.

Medya alanındaki akademisyenlerden Silvio Waisbord 1990'ların sonlarında bunları yazdığında, "bunun geçici bir moda olup olmadığını veya bölgede basının olağan bir parçası olup olmayacağını"[9] öngörmeye gönüllü değildi ama bugün bu gazetecilik türünün Güney Amerika basınının esaslı bir parçası haline geldiğini kabul ediyor. Yeni olan, araştırmacı haberciliğin önde gelen uygulayıcılarından bazılarının çevrimiçi sitelerde çalışmasıdır. Latin Amerika'da "düzenli olarak, titizlikle hazırlanan araştırmacı gazetecilik ürünleri sunan" en az bir düzine çevrimiçi haber kuruluşu vardır.

Bu siteler, Meksika, Peru, Guatemala ve Kolombiya'daki kuruluşları içerir. Bunların çoğu, özellikle Açık Toplum Vakfı dâhil olmak üzere uluslararası yardım ve hayırseverlik olmaksızın kurulamazdı. Kuzey Amerika ve Avrupa'dakiler gibi, bu kuruluşlar da iş modellerini çeşitlendirmek için mücadele etmektedir.[10]

İddialı haberciliğin üç genel biçimini ayırt edebiliriz. Bunlardan biri, gazetecilerin, özellikle kamuya açık olarak videoya kaydedilen veya hatta canlı yayın ortamlarında, doğrudan hükümet yetkilileriyle görüştüğü yüz yüze haberciliktir. Bunun iddialı olması gerekmez ve hem Britanya'da hem de Amerika Birleşik Devletleri'nde, televizyondaki ilk basın konferanslarında muhabirler yetkililere sadece iyi karşılayabilecekleri sorular sormuş ve hükümet yetkilisinin tam olarak, yeterli ya da dürüstçe yanıtlamadığı soruların peşine pek düşmemişlerdir. Ancak zamanla, toplumsal dilbilimcilerin hassasiyetle yürüttükleri araştırmanın da gösterdiği gibi, muhabirler sorularında ve aynı konuda ısrarla ikinci veya üçüncü soruyu yönelterek haberin takipçisi olmak hususunda rutin olarak daha agresif hale gelmişlerdir.[11]

---

9 Yazarın ilgili kitabı, bu konudaki temel eserdir: Silvio Waisbord, *Watchdog Journalism in South America* (New York: Columbia University Press, 2000). Alıntılanan bölüm sayfa xiii'de.

10 Silvio Waisbord'la kişisel görüşme, 7 Haziran 2019.

11 Steven E. Clayman, Marc M. Elliott, John Heritage, ve Megan K. Beckett, "A Watershed in White House Journalism: Explaining the Post-1968 Rise of Aggressive Presidential News," *Political Communication* 27 (2010), 229–47.

İddialı haberciliğin ikinci türü, araştırmacı gazeteciliktir: iddialı olmanın en pahalı biçimi, en çok zamana ihtiyaç duyanı, önemli bir haberle sonuçlanması en az muhtemel olanı. Pahalılığı, onun en az yaygın iddialılık biçimi olmasına yol açmaktadır, çoğu haber kuruluşu çok az araştırmacı habercilik yapar veya hiç yapmaz. Dahası, iddialılığı ona karşı işler; Haber kuruluşu uzun vadeli bir araştırma işine yatırım yapmaya karar verdiğinde, gazetecilerin haberi yapması ve haberin bir parçası haline gelmemesi fikrini (kısmen kurgusunu) sürdürmek zordur. Belirli bir özel haberin takibi söz konusu ise bu, yine pahalı olmakla birlikte nispeten basittir. Ancak özel olarak gündemdeki bir olayla ilgili olmayan bir konu araştırılıyorsa bu daha ziyade mevcut bir kamusal sorunun araştırılmasından ziyade kamu gündemine bir müdahale olacaktır. Burada cesaretlendirici olan şey, dijital çağda bazı çevrimiçi haber faaliyetinin, sadece genel haber toplama çabasının ikincil bir parçası olarak değil öncelikli olarak araştırmacı haberciliğe adanmış olmasıdır.

Üçüncü olarak, normal bir haberin içine giren veya ona eşlik eden veya hemen onun ardından gelen analiz haber vardır. ABD'deki haber kuruluşları, kabaca 1970'den itibaren artan şekilde, büyük siyasi partilerden birinin liderinden ve ona tepki veren bir muhalefet temsilcisinden ya da hükümet koalisyonu liderinden ve ona tepki veren parlamentodaki muhalefet partisi liderinden "dedi / söyledi" şeklinde alıntı yaparak günü tamamlayan habercilik tarzından kopmuştur. 1960'larda, genel kabul gören "nesnellik" rutinlerini eleştirenler daha fazla seslerini duyurmaya ve çok daha ikna edici olmaya başladıkça, "nesnelliğin" iyi bir meslek etiği kodundan ziyade, bir koltuk değneği olduğu, muhabirin sesini kısarak haberde hükümet yetkililerini hâkim kıldığı fikri yaygın biçimde kabul görmeye başlamıştır.

Analiz/Çözümleme, yani güncel bir tartışmayı veya anlaşmazlığı okurlar için anlamlı kılacak bir bağlama oturtma çabası, haberlerin anlaşılabilmesi için kaçınılmazdır. Gazeteler, analitik ya da bağlamsal haberciliği giderek daha önemli ve başsayfada yer vermeye değer buluyorlar.[12]

---

12 Katherine Fink ve Michael Schudson, "The Rise of Contextual Reporting, 1950s–2000s," *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 15, no. 1 (2014), 3–20.

1950'lerin veya 1960'ların gazeteciliği eski güzel günler değildi. O zamanlar gazetecilik, kendisini muhtemelen kraliyet sarayının, siyasi iktidarın iç halkasının doğal bir üyesi gibi görecek kadar uysal ve kibirliydi. Geçtiğimiz elli yılda ise, daha derin bir profesyonellik, hesap verebilirliğe daha sağlam bir bağlılık ve en iyi haliyle, günümüzün siyasi ve kültürel hazineleri arasında sayılan bir gazetecilik kurulmuştur.

4

Medyanın tarafsızlığı meselesi

Profesyonel gazeteciliğin ironik başarılarından biri, pratikte herkesin, haberin taraflılığını vurgulayarak kendisinin ne kadar bilgili olduğunu göstermeye pek hevesli olmasıdır.

Bilgeliğin temel göstergelerinden biri; hiç kimsenin, dünyayı gördüğü bir perspektiften, bir duruştan, bir konumdan yoksun olmadığını fark etmiş olmaktır. Gerçekliğe "nesnel" veya tarafsız bir bakış açısı yoktur.

Peki, her perspektif kısmi midir? Elbette öyledir. Bu nedenle, kendiliğinden oluşmuş bakış açılarını eğitilmiş algılarla tamamlayacak ve hatta onların yerini alacak eğitim ve öğretim sistemleri vardır. Tıp fakültesi, hukuk fakültesi, mühendislik okulu ve diğerleri, öğrencilere yalnızca özgül bir alanında bilgi birikimi sağlamayı ve belirli uygulama tekniklerinde ustalık aşılamayı değil, aynı zamanda onların dünyaya yaklaşma içgüdülerini yeniden eğitmeyi de amaçlar. Bu okullar, öğrencilerin üstlenmek üzere eğitildikleri işi yapma konusundaki kişisel refleksleri profesyonel kararlarla değiştirmeye çalışırlar. Bu nedenle Amerikan Tabipler Birliği, cerrahlara, duygusal yakınlığın mesleki kararları gölgelemesinin muhtemel olduğu kendi aile üyelerini ameliyat etmemelerini tavsiye eder.

Hiçbir doktor, hiçbir avukat, hiçbir mühendis, hiçbir bilim insanı ve eğitimli hiçbir gazeteci, bazı yargıların diğerlerinden daha iyi, diğerlerinden daha doğru, kabul edilen kanıtlara ve kanıt kriterlerine daha sadık olduğunu inkâr etmez. Açık konuşmak gerekirse, gazetecilik tıp kadar karmaşık/gelişkin bir alan değildir. Neredeyse hiç teknik terminolojisi yoktur. Bir üniversite diplomasının yanı sıra yaklaşık dört yıllık tıp eğitimi, artı uzmanlık için bir dört yıllık çalışma gerektiren doktorlukla karşılaştırıldığında gazetecilik eğitimi için bir veya iki yıl yeterlidir; bazıları hiç biçimsel eğitim almamış da olabilir. Ancak gazetecilikte daha az sıkı eğitim, eğitimdir; tıpta olduğu gibi, teknik kadar etik konusunda da eğitimdir. Profesyonel olmak, profesyonel yargıyı kişisel zevklerin ve eğilimlerin üzerine nasıl yerleştireceğinizi öğrenmektir.

Yeni gazetecilik öğrencilerine eğitim veren meslektaşlarım, "kendi varsayımlarına karşı haber yapmayı" öğrenmelerine yardımcı olmaya odaklandıklarını söylerler. Yani öğrenci, bir habere başlarken temayülleri veya varsayımları ne olursa olsun, araştırmaya tam da bunların doğruluğunu sorgulayarak devam etmelidir. Onlara, "doğrulama önyargısına"[1] yani, sadece mevcut görüşlerini doğrulayacak kişilerin ve belgelerin peşinde olma eğilimlerine nasıl karşı koyacakları öğretilir. New Yorker dergisinden gazeteci meslektaşım Jelani Cobb, lisans dersimin öğrencileriyle konuşurken, gazetecilik alanında kariyer arayanların iki habercilik kuralına uymalarını tavsiye etmişti: birincisi, konu hakkında bulabilecekleri her şeyi araştırıp ortaya çıkarmalarını; ikincisi, öğrenecekleri şeyi engellemesi ihtimali nedeniyle, konuya ilişkin mevcut bilgilerini unutmalarını. Peki, öğrencilerin bu kurallara uymalarını sağlayabilecek, gelişkin bir dizi teknik veya uygulama var mı? Hayır. Bu, bir dizi yöntemden ziyade, bir etik ve tutkuyla sürdürülen bir arayıştır.

---

1 *Confirmation bias*: Psikolojide, kişinin yerleşik inanç ve değerlerini onaylayacak ya da destekleyecek şekilde bilgiyi arama, yorumlama, tercih etme ve hatırlama eğilimi için kullanılan bir terim. Bkz. Raymond S. Nickerson, "Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises", *Review of General Psychology*, 2 (2) (1998), 175–220. (ç.n.)

Genç gazeteciler bu kuralları okulda iyi bellemezlerse, çalıştıkları haber merkezlerinde sancılı bir şekilde öğreneceklerdir. Columbia Gazetecilik Okulu'ndan meslektaşım Sam Freedman, New York Times'ta çaylak bir muhabirken Connecticut'taki bir kasabada gerçekleştirilen tartışmalı bir referandumu takip ettikten sonra yazdığı haberi gururla teslim ettiğini ve sonra da editörü Jeff Schmalz'ın buz gibi cevabını hatırlıyor. "Bu haberi okuduğumda, Sam Freedman'ın ne düşündüğünü tam olarak öğreniyorum." Schmalz'ın daha sonra açıkça belirttiği gibi, burada verilen görev, bir Connecticut kasabasındaki referandumla ilgili bilgi aktarmaktı, gazetecinin kendi görüşlerini aktarması değildi. Sam, editörünün güvenini yeniden kazanmak için haberi "olabildiğince çabuk yeniden yazacaktı". Muhabire görüşleri için değil, haberciliği için para ödeniyordu.[2]

Profesyonel olmayanlar da yargılarını tercihlerinden ayırmanın yollarını bulurlar. İngilizcede, öğretmenin öğrencisine, ebeveynin çocuğuna, arkadaşların birbirlerine tavsiyede bulunmak için yaygın olarak kullandığı bir deyiş vardır: "Yerinde olsaydım..." Söylenmek istenen şudur: "Senin yerinde değilim ve benden farklı olduğunu biliyorum. Senin durduğun yerden dünyanın nasıl göründüğünü tam olarak bilmiyorum ama senin bakış açını ve senin için en iyisinin ne olduğunu hayal edebildiğim kadarıyla, fikrim budur." "Yerinde olsaydım...", kişinin kendi değerlerini birisine dayatmak yerine daha nesnel bir yargıya varmak üzere yapılan bir tür düşünce deneyidir.

Profesyonellerin öğrenmesi gereken, böyle bir şeydir. Kendi değerlerini tamamen bir kenara koyarlar mı? Hayır. Peki, değerlerini geri planda tutmak için kararlı ve sonuç getiren çabalara girişirler mi? Evet, bunu sıkça yaparlar. "Yanlılığın" kaçınılmaz olarak bu türden kendi değerlerini geriye itmeye dönük sınırlan-

2 Samuel G. Freedman ve Kerry Donahue, *Dying Words: The AIDS Reporting of Jeff Schmalz and How It Transformed the New York Times* (New York: CUNY Journalism Press, 2015), s. 10.

dırıcı çabalara galip geldiğini varsaymak bana inanılmaz naif görünüyor.

Kendinin ötesine geçmeye, dışarı çıkmaya çalışmak diye bir şey var. Empati diye bir şey var. İnsana özgü merak diye bir şey var. Başka insanlara eşit şans tanımayı istemek gibi bir şey var. "Medya taraflıdır" diyenler önemli bir gerçeği ifşa ediyorlarmış gibi görünmeye çalışır ("önyargıyı görür görmez tanırım") ama bu refleks genellikle yüzeysel açıklamalar getirir.

Araştırmacıların "düşman medya etkisi" dediği şeyi de hatırlamakta fayda var. İzlerkitle ne kadar angaje ve kutuplaşmışsa, "medyayı" kendi [ideolojik] konumuna o kadar düşman olarak görecektir. "İzlerkitlenin haberle yaptığı, haber üreten kişilerin yaptığıyla aynı şeydir; her ikisi de kitle iletişim araçlarına güvenip güvenmemek konusunda yargılarını devreye sokarlar"[3] Kutuplaşmış siyasete dâhil oldukça, meselelerden daha çok haberdar olursunuz" ... ama aynı zamanda herhangi bir habere, hak etmediği halde karşı tarafa daha fazla yer verdiği veya onu sempatik gösterdiği gerekçesiyle öfkelenme olasılığınız da artacaktır.

Geçenlerde, yıllardır insan hakları aktivisti olan eski bir arkadaşımla karşılaştığımda bir "medya uzmanı" olarak benden, *New York Times*'ın fena halde Trump yanlısı olduğu görüşünü teyit etmemi beklerken bu "düşmanca medya etkisi" aklıma geldi. Trump yanlısı mı? Gazetedeki, son Trump açıklamalarına ve onun saçma sapan konuştuğunu kararlı bir şekilde gösteren birkaç habere atıfta bulundum. Times haberlerinde düzenli olarak Bay Trump'ın olgusal gerçeklere hiçbir saygısının olmadığını gösteriyordu. Ancak arkadaşım, gazetenin Trump'ın avucunun içinde olduğu fikrini kanıksamıştı.

Gazetecilik, nadiren, meslek ilkelerini kişisel tercihlerin üzerine koymak üzere kendini disiplin altına almaya çalışan yalıtılmış bireylerin meselesi elbette. Gazetecilerin çoğu, bazıları büyük

3 Albert C. Gunther, "Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups," *Public Opinion Quarterly* 56, no. 2 (1992), 147–67: 163.

ve güçlü haber kuruluşlarında ya da onlarla ilişki içindeki kuruluşlarda çalışırlar ve bu kuruluşların, bu tür önyargıları en aza indirmek için tasarlanmış uygulamaları ve idealleri vardır. Haber kuruluşları, haber içeriklerinde her zaman şirket sahibinin istediği şeyi mi yeniden üretirler? Hayır. İşletme sahibinin her şeye burnunu sokma içgüdüsünü kontrol etmesi ve haber merkezinden uzak durması gerekir. Jeff Bezos gibi bir liberal, Washington Post'ta bu kurala uygun davranıyor gibi görünüyor. Muhafazakâr Rupert Murdoch da, en azından ABD'de Wall Street Journal ile İngiltere'de Times örneğinde olduğu gibi, onun siyasi görüşlerinin takipçisi olacak yönetici editörleri seçmeye pek hevesli olsa da, haber merkezinin özerkliğini ihlal ederse sahip olduğu haber kuruluşlarının piyasa değerinin keskin bir şekilde düşeceğini biliyor. Bunun çarpıcı bir örneği, Wall Street Journal muhabiri John Carreyrou'nun, Silikon Vadisi'ndeki tıbbi test şirketlerinden biri olan Theranos'un karizmatik CEO'su Elizabeth Holmes'la ilgili yaptığı haberdir. Holmes, şirketi için yıkıcı düzeydeki eleştirel bir haberi kaldırtması için, yakın zamanda Theranos'a 150 milyon dolar yatırım yapmış olan Murdoch'la şahsen görüşmüştür. Ancak Murdoch "müdahale etmeyi reddetmiş", haber ekibi kendi kararları doğrultusunda haberi yayınlamış ve şirketin kaderini belirlemiştir.[4]

Haber kuruluşlarının günlük işleyişinde, bir "işletme tarafı", bir de "haber tarafı" vardır ve burada da kendi kendini yalanlayan bir kural söz konusudur: mal sahibinin yer aldığı işletme tarafının haber merkezinin dışında kalacağı varsayılır. Bu hiçbir zaman tam olarak başarılamamışsa da geçtiğimiz on yılda ABD'deki büyük haber kuruluşlarının, becerilerini reklamverenlere veya potansiyel reklamverenlere "gizli reklam"[5] için sunmasıyla kasıtlı ve aldatıcı biçimde habermiş gibi yazdıkları reklamlar yüzünden "haber"le "iş" arasındaki sınır çok daha fazla aşılmıştır.

---

4 John Carreyrou, *Bad Blood: Secrets and Lies in a Silicon Valley Startup* (New York: Alfred A. Knopf, 2019), s. 269–70.

5 Terimin ingilizcesi olan *native advertising*; reklam içeriğinin, yer aldığı platformun ana formatına benzetilerek sunulduğu, örtülü reklam anlamına gelmektedir. (ç.n.).

Son dönemde haber kuruluşları, o güne kadar bariz biçimde beyaz ve erkek çalışanların çoğunlukta olduğu haber merkezlerine azınlıkları ve kadınları almak ve desteklemek için çaba sarf edip daha fazla çeşitlilik arayarak bir zamanlar kör oldukları bazı uygulamalarına duyarlı hale geldiler. Ana akım haber merkezlerindeki cinsiyetçilik ve ırkçılık, 1970'lere kadar ciddiye alınmazdı. Muhabir Meg Greenfield, 1961'de ulusal bir derginin Washington muhabiri olarak ABD başkentine geldiğinde, bir erkek meslektaşı onu Ulusal Basın Kulübü'ne götürdü ve burada erkek meslektaşının daha önce hiç fark etmediği bir şeyi keşfettiler: Bazı özel sosyal durumlar dışında kadın gazetecilerin kulübe girmesine izin verilmiyordu.[6] 1971 Yılına kadar kulübe üye olmalarına izin verilmeyecekti. 1970'de, gazeteci yerine "araştırmacı" olarak adlandırılan ve muhabirlik başvuruları reddedilen kadın gazeteciler, işe almada ve terfide kendilerine ayrımcılık yaptığı gerekçesiyle, çalıştıkları Newsweek dergisine dava açtılar. İleride ünlü bir insan hakları savunucusu ve Kongre üyesi olacak genç bir Afrikalı-Amerikalı avukatı, Eleanor Holmes Norton'u tuttular. Amerikan medya endüstrisindeki bu ilk cinsiyet ayrımcılığı davası başarılı ve çığır açıcıydı. Daha sonra olayla ilgili bir kitap yazan davacılardan Lynn Povich'in sözleriyle bu deneyim, "kendimiz, erkekler, kadınlar ve kadınlık hakkındaki bakış açımızı değiştirdi, adalet ve azmetmekle ilgili bakışımızı da."[7] Bu kitapta avukat Norton, siyah kadın araştırmacılardan davaya katılmalarını istemediği için pişman olduğunu belirtiyordu ve öyle görünüyor ki davayı başlatan beyaz kadınlar da benzer bir tutum benimsemişti.[8]

Tarafsız gazetecilik diye bir şey yok ve olmayacak da. *Newsweek*'teki ilk ve onu takip eden dava, dergide ilk kez kadınlara gazetecilik alanında gerçek bir kariyer dünyası yarattı. Ancak bu, medya kuruluşlarında ve toplumda toplumsal cinsiyet

6 Meg Greenfield, Washington (New York: Public Affairs, 2001), s. 124; ve Lynn Povich, *The Good Girls Revolt: How the Women of Newsweek Sued Their Bosses and Changed the Workplace* (New York: Public Affairs, 2012), s. 216.

7 Povich, The Good Girls Revolt, s. 201.

8 Eleanor Holmes Norton, alıntılandığı yer: ibid., s. 216.

eşitliğiyle ilgili uzun yolculuğun sadece dikkate değer bir adımıydı. Bu kısa bölümde niyetim; en iyi, en profesyonel, en adanmış haber süreçleri dâhil olmak üzere haber kuruluşlarında ve haber içeriğinde yanlılık olduğunu inkâr etmek değil. Daha ziyade, bu alandaki tüketicilere ve eleştirmenlere, profesyonel gazeteciliğin, farklı bakış açılarına yer veren kanıt toplama uygulamalarında ısrar ettiğini ve muhabirlere ve editörlere kendilerini hikâyeyi takip etmeye adarken kişisel değer ve tercihlerini kontrol altında tutmaları gerektiğini hatırlatmayı umuyorum.

Profesyonel gazeteciler tek dertleri siyasi görüşlerini veya inançlarını haberlere sinsice yerleştirmek olan kişiler değiller. İşlerini ciddiye alırlar; okurlarına, tüm karmaşıklığıyla değişen dünya ve son günlerde veya saatlerde onun hangi değişimlere uğradığıyla ilgili olarak bilgi verirler. Bu onların işi. Yapmaya çalıştıkları şey bu.

5

Gazeteciliğin önemli olduğunun (veya olmadığının) kanıtları

Sosyal bilimlerde, kitle iletişim araçlarının etkisini tam olarak belirlemeye çalışmaktan daha zor pek az şey vardır. Medya mesajlarının erişimini, kusurlu yollarla da olsa ölçebiliriz ama bu yolların enikonu güvenilir tahminlerde bulunmamızı sağlaması için nedenimiz var.

Ancak bu, haberdeki bir mesajın ulaştığı insanları etkileyip etkilemediğini anlamaya çalışmanın sadece başlangıcıdır. Amerika Birleşik Devletleri'nde Cumhuriyetçilere oy vermek ile Fox News'u izlemek arasında çok yüksek bir "bağıntı" olduğunu biliyoruz. Ama neden? (1) Cumhuriyetçiler, muhafazakâr eğilimlerini pekiştireceğini çok iyi bilerek Fox News'a mı yöneliyor? Yoksa (2) Fox News, bağımsız veya Demokrat seçmenleri daha muhafazakâr olmaya ikna mı ediyor? Açıklama (1) kesinlikle doğrudur; insanlar, düzenli olarak mevcut fikirlerini güçlendirecek bilgileri ararlar. Ancak açıklama (2) yanıtın sadece bir kısmı olabilir. Bazı insanlar kazara Fox News izler. Belki bir otel lobisinde veya bir otobüs terminalindedirler ve ekranlarda Fox News vardır. Belki de sadece evde, kanallar arasında gezinirken, Fox'ta onları birkaç dakikalığına durduran dikkat çekici bir şey görürler. Bu durumda Fox, düzenli takipçisi olmayanları baştan çıkarıyor olabilir. Ya da

ortayolcu ya da liberal politik görüşlere sahip bazı düzenli Fox izleyicileri, eğlenceli buldukları için Fox'a sadık kalıyor olabilir. Ve Fox daha kesin bir şekilde, siyaset hakkında pek düşünmeyen ve kamusal meselelerin çoğuyla ilgili görüşü olmayan, bu yüzden de kolay ikna edilebilecek bazı orta derecede siyasallaşmış kişilere ulaşıyor olmalı.

İkinci olasılığın (ikna) birinciyle (pekiştirme ve tatmin) hangi ölçüde karıştığını bilmiyoruz. Ancak, Kenneth Newton'un özetlediği, psikoloji ve sosyal psikoloji alanında yaklaşık bir asırlık araştırma gösteriyor ki, "bireyler, kendi dünya görüşlerine uymayan bilgi ve fikirleri görmezden gelebilir, bastırabilir, yanlış yorumlayabilir, unutabilir, yanlış hatırlayabilir, yanlış anlayabilir ya da inkâr edebilirler."[1]

Birçok insan, Birleşik Devletler'de kablolu televizyonla birlikte ortaya çıkan Fox (muhafazakârlar için) ve MSNBC (liberaller için) gibi hayli partizan kanalların, kamusal hayatı kutuplaştırmada rolü olduğuna inanıyor. Belki. Lakin şimdiye kadarki en iyi kanıt, hem İngiltere'de hem de Amerika Birleşik Devletleri'nde ulusal politikada dikkate değer bir kutuplaşma olmakla birlikte, aşırı sağ ve soldaki nüfusun sadece çok küçük bir bölümünün aşırı görüşlerini pekiştiren bir dizi haber kaynağıyla içli dışlı olduğudur. Genel olarak kablolu televizyonun siyasetteki en önemli etkisi, ABD'de milyonlarca insanın, zamanını "haberle" ilgisi olmayan özel spor kanallarında, alışveriş ağlarında veya diğer eğlence kanallarında geçirmeyi tercih ederek, televizyon haberlerinden tamamen uzaklaşması olmuştur.[2]

Sıradan insanlar, şirketlerin, reklamın işe yaradığını bildikleri için reklam verdiğine inanabilir ama reklamın işe yaradığını değil yarayabileceğini biliyorlar sadece. Başarılı bir reklam kampanyası bile, her 100 kişiden yalnızca 3 veya 4 kişinin daha önce

1 Kenneth Newton, *Surprising News: How the Media Affect –and Do Not Affect– Politics* (Boulder, CO: Lynne Rienner, 2019), s. 7.

2 Markus Prior, *Post-Broadcast Democracy: How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections* (Cambridge: Cambridge University Press, 2007). Ayrıca bkz. Newton, *Surprising News*, s. 204–8.

almayı düşünmedikleri bir ürünü satın almasına yol açabiliyor. Bu, reklam harcamaları için yeterli gerekçe olabilir. Hal böyleyse, başarı olarak 100 kişiden dört kişiyi etkilemeyi öngören bir durum söz konusudur. Kalan 96 kişi üzerindeki etkisizlik bir başarısızlık mıdır peki? Reklamcılıkta eski bir deyiş vardır: "Reklam harcamalarımın yarısının çöpe gittiğini biliyorum, sadece hangi yarısı olduğunu bilmiyorum!"

Bazı durumlarda, medyanın izlerkitle üzerinde sınırlı bir etkisi vardır, zira onlar üzerinde bir baskı gücü değil, sadece iletişimsel bir bağ söz konusudur. Buna karşın anne-babalar, sözünü dinlemeyen çocuklarını cezalandırabilir; öğretmen öğrenciye düşük not verebilir; komutan, alenen aşağılamadan askeri yargıya sevk etmeye kadar her yolla emrindekileri cezalandırabilir; bürokrat, muhalif veya işini aksatan bir memuru istenmeyen işlerle görevlendirebilir, terfi etmesini geciktirmekle veya terfi talebini reddetmekle tehdit edebilir. BBC, Reuters, NHK, Le Monde veya Wall Street Journal takipçilerine ne yapabilir? Hiçbir şey. Bu gibi medya kuruluşları, sözcük ve görüntülerden ibaret simgeler sunar, takipçiler de bunları alabilir veya almayabilir.

Dolayısıyla, medya kamusal politikalara dair soruları gündeme getirdiğinde bile, bunların etkisinin ne şekilde ölçülebileceğini bilmek kolay değildir. Sigara paketleri üzerindeki uyarılar sigarayı azaltmaya yardımcı olur mu? Çizgi romanlar, gençliğin ahlakını bozduğu için yasaklanmalı mıydı? (böyle girişimler oldu). Video oyunları gençliğin ahlakını bozar mı? Pornografi, muhtemel zararları yüzünden yasaklanmalı mı? Bu küçük kitapta yazdığım herhangi bir şeyin herhangi biri üzerinde kısa veya uzun vadeli bir etkisi olacak mı? Eğer öyleyse, benim yazarken niyet ettiğim etki mi yoksa başka bir etki mi? Bir kişiye ulaşan bir medya mesajı ile o kişinin nasıl düşündüğünü veya davrandığını etkilemesi arasında uzun bir mesafe söz konusudur. Mesaj bir kişinin düşünüşünü biçimlendiriyor mu? Veya sadece o an için mi biçimlendiriyor? Yoksa kişiyi diğer insanların ne veya ne hakkında düşündükleri konusunda duyarlı hale mi getiriyor?

Haber medyasıyla ilgili bitmek bilmeyen, sayısız münakaşa ve münazaraya girmiş bizim gibi insanlar için, gazeteciliğin neredeyse anılmadığı ve asla önemli bir konu haline gelmediği genel tarih kitaplarına göz atmak çok çarpıcı. Tarihin Büyük Güçleri genel olarak politikacılar, sosyal hareketler, teknolojik değişiklikler, ekonomik iniş ve çıkışlar, bazen de popüler hale gelen kimi cesur, yeni fikirlerdir: Keynesçi ekonomi veya Hindistan'daki İngiliz sömürge yönetimine karşı direnişi örgütleyen Gandhi'nin *satyagraha*[3] fikri gibi. Peki, sosyal bir güç olarak "medya"? 500-600 sayfalık tarih ders kitaplarında bile nadiren rastlarsınız.

Bu durumda gazeteciliğin önemli olduğuna, dünya üzerinde kayda değer bir etki yarattığına dair bir kanıtımız var mı?

Evet var. Ancak bu etkinin sistematik ve kapsamlı bir muhasebesi hiç yapılmadı. Aslına bakarsanız, gazeteciliğin en önemli bazı etkileri sayısallaştırmaya uygun olmadığı için "sistematik bir muhasebenin" tasavvur edilemeyeceğini düşünüyorum. Medya, insanların zaman kullanımlarını yapılandırabilir, herhangi bir olay için ortam hazırlayabilir. Ancak bu tür bir medya etkisi "haber medyası şu şu haberleri yaptı, o yüzden de şöyle böyle oldu" meselesi değildir. Öyle bile olsa, gazeteciliğin bir dizi ayırt edilebilir, bu kitabı okuyanların zaten bildiği ama kelimelere dökmemiş olabileceği etki türlerini tek tek sayabiliriz. Yapamadığımız ve asla yapamayacağımız şey, bütün etkileri bünyesinde toplayan bazı genel ölçütler üretmektir. Öğününüzde iki elma, üç portakal, bir porsiyon ızgara balık ve fırında patates varsa, bu yemekten ne ölçüde tat alırsınız? Evet, kalorilerini ölçebilir ve bu öğünün ne kadar besleyici olduğunu anlayabilirsiniz, fakat bunları yiyen kişiyi ne ölçüde memnun ettiği/etkilediği bambaşka bir meseledir. Bunlar oldukça farklı etkilerdir, ayrı ayrı ölçülmesi zordur, onları tek bir genel gıda etki indeksinde birbirine bağlayan ortak bir ölçekle hesap edilemezler.

---

3 Mahatma Gandi'nin türettiği *Satyagraha* sözcüğü Sanskritçede, kararlı bir şekilde hakikate tutunma anlamına gelmektedir. (ç.n.)

Öyleyse medya etkisinin türleri nelerdir? İzninizle üç temel etki önereceğim. Haber medyası: (1) insanların dünyanın neresinde durduklarını bilmelerine yardımcı olur; (2) yeni gelişmeler hakkında bilgilendirir ve (3) güçlü kurum ve kişilerin hesap verebilir olmasına çalışır.

Nerede Olduğumuzu Bilmek - Çağdaş Akımları İşaretlemek ve Adlandırmak

Bana öyle geliyor ki, gazeteciliğin en önemli "etkisi", kimsenin ölçmeye çalışmadığı, ancak Hannah Arendt'in, gazeteciler olmaksızın, "mütemadiyen değişen bir dünyada asla yönümüzü tayin etmemeliyiz ve onlar olmadan, nerede olduğumuzu asla, kelimenin gerçek anlamıyla, bilemeyeceğiz" diye yazarken teşhis etme bilgeliğini gösterdiği şeydir.[4] Arendt'in ünlü "Hakikat ve Politika" makalesini defalarca okumuştum ama Natalia Roudakova'nın Sovyet ve Sovyet sonrası basınla ilgili kitabında geçtiğimiz günlerde alıntı yapana kadar bu pasajın üzerinde hiç durmamıştım. Ben fark etmemiştim ama Roudakova, Arendt'in burada söylediği şeyin gerçekçi ve vazgeçilmez, neredeyse dikkat edilmeyecek kadar apaçık bir kavrayış olduğunu görmüştü. Ama belki onu daha somut hale getirecek bazı örnekler vererek açıklayabilirim. Gazetecilik, gazeteciler aktarıncaya kadar adlandırmadığımız, insan ilişkilerinde unutulup giden ama çok önemli olan şeyleri yakalar. Roman yazarları, film yapımcıları ve çağdaş olayların, tarzların, ruh hallerinin, eğilimlerin akışına ve akışına karşı özel bir duyarlılığa sahip olan diğer insanlar, yüzeyin hemen altında ve net bir eklemlenme anından hemen önce bu rolü gazetecilerle paylaşır, ancak bu, gazeteciliğin rolünü azaltmaz.

Bazen gazetecilik, herkesin zaten bildiği veya hissettiği ama tam olarak kavrayamadığı bir şeyi etkili ve akılda kalıcı bir şekilde adlandırarak düşünme biçimini değiştirebilir. Örneğin, *"mansplaining"* sözcüğünü ele alalım. Bu fenomen ilk olarak ya-

---

4 Hannah Arendt, "Truth and Politics," *Between Past and Future* (New York: Viking Press, 1968) içinde, s. 161.

zar-gazeteci-düşünür Rebecca Solnit tarafından, üzerine yazı yazılacak ve eleştirilecek bir "şey" olarak 2008 tarihli "Bana bilgiçlik taslayan erkekler" başlıklı çevrimiçi makalede soyutlandı. Anlaşılan o ki, bu içeriğiyle terim ilk olarak bir ay sonra "LiveJournal"-daki bir yorumda ortaya çıktı. 2010 yılında *New York Times*, "yılın sözcükleri" arasına yerleştirdi; 2014 yılında çevrimiçi Oxford Sözlüklerine eklendi.[5]

Başka bir örnek verelim. ABD Başkanı Lyndon Johnson'ın Vietnam'daki Amerikan başarıları veya yakın başarıları veya beklenen başarılar hakkındaki iddiaları ile kamuoyunun temel başarısızlık göstergeleri dediği şey arasındaki uçurumdan, bir zaman sonra "güven açığı" *(credibility gap)* olarak söz edilmeye başlandı. Anlaşılan o ki "güven açığı", *New York Herald Tribune*'deki bir editörün, ABD'nin Dominik Cumhuriyeti'ne müdahalesiyle ilgili haber için türettiği ve Vietnam'la ilgisi olmayan bir ifadeydi.[6] 1997'de *Foreign Affairs* dergisinde yayınlanan yazısında, seçilmiş bir diktatör ya da otokratın başında olduğu hükümet biçimine "liberal olmayan demokrasi" *(illiberal democracy)* adını veren gazeteci Fareed Zakaria'yı da düşünebiliriz.[7] Köşe yazarı Joseph Kraft'ın, 23 Haziran 1968'de yayınlanan bir makalesinde geçen ve Richard Nixon'un Başkanlık kampanyası sırasında alıp kullandığı "orta Amerika"[8] ifadesini hatırlayabiliriz. Siyaseten etkili

---

5 İngilizce *man* ve *explaining* sözcüklerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuş aşağılayıcı bir terim olan *mansplaining*, bir erkeğin bir kadına küçümseyerek, aşırı bir özgüvenle, aşırı basitleştirerek, doğrusunu bilmeksizin, çoğunlukla kadının zaten bildiği bir konuda açıklama ya da yorum yapması anlamına gelmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Elif Uyar Mura, Rebecca Solnit'in Açıklayan Adamlarından Mansplaining'e: Bir Kavram Nasıl Doğdu?, https://viraverita.org/yazilar/rebecca-solnitin-aciklayan-adamlarindan-mansplainine-bir-kavram-nasil-dogdu (ç.n.)

6 James Boylan "Declarations of Independence," *Columbia Journalism Review* 25, no. 4 (1986), 29–45.

7 Fareed Zakaria, "The Rise of Illiberal Democracy," *Foreign Affairs* 76, no. 6 (1997), 22–43.

8 *Middle America.* Joseph Kraft'ın ölümünün ardından, çalıştığı gazetelerden Los Angeles Times'ın editoryal sayfalar sorumlusu Anthony Day şunları söylemiştir: "1960'larda 'Orta Amerika' terimini icat ettiğini düşünüyorum. Bununla, görüşleri iki kıyıdaki kanaat önderleri tarafından genellikle göz ardı edilen, Amerika'nın orta sınıfını kastediyordu." https://www.nytimes.com/1986/01/11/obituaries/joseph-kraft-captial-columnist-whose-work-ran-in-200-papers.html (ç.n.)

bir yatırımcı olan Bernard Baruch, 1947'de yaptığı bir konuşmada "Soğuk Savaş" terimini kullanmıştı. Konuşma metnini gazeteci Herbert Bayard Swope kaleme almış, birkaç ay sonra Walter Lippmann'ın köşesine almasıyla birlikte terim, geniş çapta dolaşıma girmiştir.[9]

Bu terimlerden herhangi birinin dünyada "düşünceyi değiştirdiği" söylenebilir mi?

Açıkçası bugüne kadar tam da bunu yaptılar. Kelimeler, düşünmemize yardımcı olan aletlerdir, düşünceyi ortaya çıkaran temel yazılımdır. Kelime dağarcığı genişlediğinde, kişinin daha incelikli ve karmaşık fikirleri ifade etmesi veya dünyaya ilişkin algılarını daha kesin bir şekilde paylaşması, hatta farklı algılara olanak sağlaması mümkün hale gelir. Yeni bir kelime sinir uçlarınızdan birine değip de "mansplaining" veya "Soğuk Savaş" gibi hızla yayıldığında kamusal düşünceyi değiştirir.

"Mansplaining" bir kelimedir. Ona "mem" de diyebiliriz. Mem, 1976'da genetikçi Richard Dawkins'in, genetik aktarımla değil kültürel aktarımla kopyalanan insan kültürünün özelliklerini tartışmak üzere türettiği, oldukça yeni bir kelimedir. Gazetecilikte özgünlüğün en güçlü ölçülerinden biri, toplumdaki yeni gelişmeleri tespit ederek bunları dolaşıma sokarken, pratik zekâ ve şansın yardımıyla onlar için bir terim icat etmektir. Gazetecilik, mem imalatı için öncelikli bir alandır.

Ancak bu çabaların getirdiği bir ödül veya onur yoktur. Dawkins "mem", Solnit ise "mansplaining için akademiden veya gazetecilik alanından bir ödül almadı. Yerleşik bir söylemle ilgili olarak yeni bir fikir üreten akademisyen, kendini kopyalamanın akademik biçimi olan yayınlarından yapılan alıntılar aracılığıyla bir disiplin veya alt disiplin içinde belli bir şöhrete kavuşur. Ancak Fareed Zakaria, "liberal olmayan demokrasi" terimini her kullanandan telif ücreti almıyor, ya da yaygın olarak kullanılan

9 Paul Dickson, *Authorisms: Words Wrought by Writers* (New York: Bloomsbury, 2014), "Cold War" için s. 48; "middle America" için s. 111.

bir terimi icat eden ya da yeni bir terimin yayılmasını sağlayan herhangi başka bir gazeteci de o terimi kullananlardan ücret almıyor. Gazetecilerin, zamanın değişen kültürel, politik, sosyal ve ekonomik özelliklerine hızla uyum sağlamaları, kültürel havadaki küçük sapmalara duyarlı olmaları ve heyecan uyandıran bir şeyi adlandırmada hepimizden biraz daha ileride olmaları gerekiyor. Kamusal hayatın gün be gün kayıt altına alınması gerekiyor. Bunu bilmemiz veya bildiğimizi bilmemiz için de adlandırılması gerekiyor. Bu ise gazetecilik için temel bir iştir.

Yeni Gelişmelerle İlgili Bilgilendirme

Gazetecilik, insanların güvenilir olarak kabul ettikleri ve hayatlarındaki önemli kararlarda temel aldıkları yeni bilgiler sunar.

Birinci bölümde belirttiğimiz gibi en basit örnek, hava durumu haberleridir. Hava durumu bilgisini bize gazetecilik sağlamıyor olsaydı, bu hizmeti başka birileri verecekti. Öyle ki, "hava durumu" hem ABD'de hem de Birleşik Krallık'ta en çok bakılan haber sayfasıdır.[10] Meşhur tabirle hava durumu "kullanışlı haber"dir. Sağlık, sıklıkla başvurulan bir diğer haber kategorisidir. Sağlık bilgisi sadece bilim veya tıp sütunlarında değil, ünlülerin veya diğer önemli şahsiyetlerin sağlığıyla ilgili haberlerde de yer alır. Ünlü biri hastalandığında insanlar bu habere kulak kabartır ve sağlıklarıyla ilişkili davranışlarında veya tedavi arayışlarını bu haberdeki bilgilere göre ayarlayabilirler. ABD Başkanı Ronald Reagan'ın kalın bağırsağından kanserli tümörün çıkarılması geniş çaplı haber yapıldığında ulusal sağlık danışma merkezini arayanların sayısı aniden fırlamış, kalın bağırsak kanseri taraması için bundan daha fazla insan başvurmuş ve normal koşullarda olması gerekenden daha fazla kanser vakası erken teşhis edilmiştir.[11]

---

10 Newton, Surprising News, s. 192.

11 Martin L. Brown ve Arnold L. Potosky, "The Presidential Effect: The Public Health Response to Media Coverage About Ronald Reagan's Colon Cancer Episode," *Public Opinion Quarterly* 54, no. 3 (1990), 317–29.

Haber medyasından yayılan bilgilerin insan davranışını etkilediği konusunda en çok araştırma yapılan alan, siyasi haberlerin vatandaşların oy verme davranışlarını biçimlendirip biçimlendirmediğiyle ilgilidir. Pek çok demokratik toplum üzerinde yapılan araştırmalar, insanların ne kadar bilgili olurlarsa, dilekçe vermekten arkadaşlar arasında siyasi tartışmaya ve seçimlerde oy vermeye kadar çeşitli siyasi eylemlere katılma olasılıklarının o kadar yüksek olduğunu gösteriyor. Ama hangisinin diğerini önceleyeği çok net değil: Siyasal eylemlere katılma alışkanlığı daha fazla bilgilenmeye mi, yoksa daha iyi bilgilenmek siyasal eylemlere katılmaya mı yol açıyor?

İnsanlar seçim süreçlerinde siyasi partiler ve adaylar hakkında bilgi ararlar ve bulabilirler de. Çoğu ülkede çoğu vatandaş için hala birincil siyasi bilgi kaynağı olan televizyonda hangi siyasi bilgilerin sunulduğuna dair bir araştırma, incelenenler arasında yer alan altı ülkede doyurucu siyasal enformasyonun verildiğini ortaya koymaktadır: Norveç, İsveç, Belçika, Hollanda, İngiltere ve ABD. Nüfusun giderek artan bir kısmı, seçim kampanyası boyunca aynı partiye sadık kalmadığından, televizyonda siyasi partilerle ilgili enformasyon sürekli erişilebilir durumda ve bu enformasyon giderek daha kullanışlı hale geliyor. Norveç, İsveç, Belçika ve Hollanda gibi çok partili ülkelerde seçmenlerin yaklaşık üçte biri artık bir sonraki seçimde farklı bir partiye oy veriyor. Eskiden çok daha fazla seçmen üst üste aynı partiye oy verirdi. Bununla bağlantılı olarak, bu ülkelerdeki nüfusun yaklaşık yarısı seçim kampanyasına kadar, yaklaşık üçte biri ise son birkaç güne kadar hangi partiyi destekleyecekleri kararını giderek daha fazla geciktirmektedir.[12] Bu durum, haber medyasının hikmetinden veya başarısızlığından değil, daha fazla insanın alışkanlıkla hareket etmeyi bırakıp oy verme konusunda düşünüp taşınmaya başlaması nedeniyle haberlerin seçmenler üzerinde eskisinden daha güçlü bir etkiye sahip olduğu anlamına geliyor.

---

12 Peter van Aelst, Kjersti Thorbjornsrud ve Toril Aalberg, "The Political Information Environment During Election Campaigns," Toril Aalberg ve James Curran, derl., *How Media Inform Democracy* (New York: Routledge, 2012) içinde, s. 50–63.

Dünyadaki yeni gelişmelere dair bilgiler, hava durumundan ve siyasetten çok daha fazlasını içerir. Yeni filmler veya TV dizileri, yeni kitaplar veya bir konser hakkında bilgileri örneğin. Bilim veya tıp alanındaki gelişmelerle ilgili haberler. Muhabirlerin, izlerkitleye, hayatları "insani ilgi"yi çeken, içlerindeki veya dünyanın öbür ucundaki bireyleri veya toplulukları anlattığı "toplumsal duygudaşlık" haberleri. Bu haberlerde muhabirler, az tanınan kişi ya da grupların hayat serüvenlerine okuyucunun ya da izleyicinin dikkatini bir an için çekme sorunuyla yüzleşir veya bu sorunun üstesinden gelirler. Böylesi bir habercilik çabası, normal koşullarda izlerkitlenin tanımayacağı kişi veya grupları tanımasını sağlayabilir ve onlara farklı insanlar hakkında bir anlayış ve belki de dostluk duygusu aşılayabilir.[13]

İktidarın Hesap-verebilir Olmasını Sağlamak

Gazetecilik, devlete bağlı memurları, kurumları ve bazen diğer güç merkezlerini, eylemlerinden dolayı halka karşı sorumlu tutar.

En uç örneklerinde, bu türden haberler, üst düzey devlet yetkililerinin istifa etmelerini veya görevden alınmalarını beraberinde getiren yüz kızartıcı durumlara neden olur. ABD'de haberler, Donald Trump'ın Başkanlığı döneminde, Kabine üyeleri ve ulusal güvenlik baş danışmanları dâhil olmak üzere çok sayıda üst düzey hükümet görevlisinin istifasına veya görevden alınmasına yol açmıştır. Haber, tercih edilen politikalar veya kişiler hakkında hoş olmayan gerçekleri ortaya çıkardığında, gazetecinin "hikâyeyi takip etme" işi rahatsız edici olabilir. Yine de profesyonel gazeteciler hikâyeyi takip ederler. Dışişleri Bakanı Hillary Clinton'ın, bazıları son derece gizli bakanlık işlerinde özel bir e-posta sunucusunu kullanmasıyla ilgili haberin kaynağı neydi? *New York Times* muhabirlerinin çalışması. *Times*, Trump'a karşı Clinton'ı destekliyordu ve gazetedeki çoğu muhabirin liberal eğilimleri

13 Michael Schudson, *Why Democracies Need an Unlovable Press* (Cambridge: Polity, 2008), s. 17–20.

olduğundan şüphe duymuyorum. Şiddetle kabul etmediğim şey, profesyonel muhabirlerin bu eğilimlerini haber yaparken serbest bıraktıklarıdır. *Times*'daki muhabirlerin politik eğilim konusunda genel olarak liberal olmaması şaşırtıcı olurdu. Ne de olsa, New York'ta veya civarındaki banliyölerde yaşıyorlar ve çoğunluğu üniversite mezunu. New York Eyaleti her zaman değilse de New York Şehri, oyunu Demokratlara verir. Amerika Birleşik Devletleri'nde kozmopolitliğin bir kalesi varsa, işte o budur. Ama *New York Times* muhabirleri; profesyonel doğruluk, gerçeği arama, adalet, tarafsızlık ve sonu nereye varacak olursa olsun hikâyeyi takip etme ilkelerine bağlı kalmaktan gurur duyarlar.

Elbette bazen hükümetler, politika muhabirleri dışındaki kişiler tarafından kamuoyunun gündemini şekillendirmeye yönelik müdahalelere de yanıt vermek zorunda kalırlar. Örneğin toplumsal hareketler, yerleşik kabullere meydan okur, kamusal dili değiştirir ve siyasi değişimi zorlar. Yüz yıl kadar önce Gandhi'nin *satyagraha*'sı, birkaç kuşak önce ABD'deki sivil haklar hareketi, bugün Fransa'daki *gilets jaunes* (sarı yelekliler) veya 2017'de ABD'de (hemen ardından dünyanın birçok ülkesinde) işyeri ve işyeri dışında cinsel taciz ve cinsel istismarla mücadeleye yeni bir dil ve yeni bir soluk getiren *MeToo* hareketini sayabiliriz. *#MeToo*'yu aktivist kadınlar başlattı ama gazetecilik, Hollywood yapımcısı Harvey Weinstein'a yönelik cinsel taciz iddialarına ilişkin *New Yorker* dergisi ile *New York Times*'ın yaptığı kapsamlı araştırmacı haberlerle hareketin ulusal ve küresel olarak yayılmasında kilit bir rol oynadı.

Dolayısıyla toplumsal hareketler; hükümette, şirketlerde ve diğer kurumlardaki muktedirlere etkili bir şekilde meydan okuyabiliyor. Küçük siyasi partiler ya da ısrarla bir davanın peşinde koşan bireyler de yapabilir. Ancak yürütme erkinin gün be gün takip edilerek denetlenmesi bakımından, hem iktidara doğrudan meydan okumak, hem de meydan okuyan örgütler, hareketler ve bireyler hakkında bilgi aktarmak için haber medyasından daha önemli bir şey yoktur.

Gazetecilik, gerçekliği özümsenebilir bir şey haline getirme meziyeti yüzünden, makam peşindeki siyasi adaylar, piyasaya girmeye çalışan yeni ilaçlar, teknolojik yenilikler, yeni kitaplar veya albümler, ümit vaat eden sporcular, aktörler veya uygulamalar için bir seçici komite haline gelmiştir. Gazeteciler elbette diğer toplumsal güçlerden bağımsız hareket etmezler. İlaç firmaları, tıbbi araştırma laboratuvarları ve sağlık alanını düzenleyen resmi kurumlar, tedavide hangi ilaçların kullanılacağı konusunda muazzam bir belirleyici güce sahiptir. Örgütlü siyasi partilerin aday gösterme ve aday seçimindeki gücü devam ediyor, ancak parti merkezli aday seçimi "izlerkitle demokrasisine" doğru kayarken bu güç zayıflamaktadır.[14] Bu, özellikle ön seçim sisteminin, kamuoyunun dikkatini çekmek ve bir partinin adaylığını kazanmak için rekabet eden bir veya iki düzine potansiyel adayı yarışa sokabileceği ABD'de bir gerçektir, fakat artık "izleyici demokrasisinin" belirleyici özelliklerine dünyadaki demokrasilerde rastlanmaktadır.

Gazeteciliğin ne kadar etkili olduğu sorusuna kesin bir cevap veya haber medyasının az ya da çok önemli olabileceği koşulların basit bir listesi yok. Eğer olsaydı, işletmeler reklam paralarını nasıl harcayacaklarını tahmin etmekle yetinmeyip kesin olarak bileceklerdi, politikacılar da sadece kazanacaklarından veya neredeyse kazanacaklarından emin olduklarında aday olacaklardı. Ama işler böyle yürümüyor.

14 Bernard Manin, The Principles of Representative Government (Cambridge: Cambridge University Press, 1997), s. 218–35.

6

Teknoloji Neden Hikâyenin Tamamı Değil

İnternet her şeyi değiştiriyor mu? Hem evet, hem hayır.

Açıkçası -belki fazla açıkça- teknoloji önemlidir. Kâğıda yazmak istiyorsanız, kalemin çekiçten çok daha yararlı olacağını ve iki tahta parçasını çiviyle birleştirmek istiyorsanız, çekicin kalemden daha iyi iş göreceğini anlamak çok kolaydır. Çekiçle (çamura, kile veya ıslak çimentoya) yazmak veya kurşun kalemle çakmak mümkün müdür? Mümkündür ama biraz yavaş ve tuhaf olacaktır. Bir teknolojiyi başka şekilde değil de belirli bir şekilde kullanmaya yönlendiren ve aksi takdirde başarması çok daha zor olacak belirli amaçlara ulaşmamızı sağlayan bir şey vardır.

Teknolojilerin bu özellikleri bazen kasıtlı veya kasıtsız "yanlılıklar" olarak görülür[15]. Ne çok kısa ne de uzun olan boyumu, basketbol karşıtlığı hakkında yanlılık olarak adlandırırsanız, bu yanlış olmayacaktır Ama herhalde "Michael Schudson'un profesyonel bir basketbol oyuncusu kariyerine sahip olma ihtimalini azaltan bir özelliği veya görünüşü var" demeyi tercih edeceksi-

15 Kanada'lı politik iktisatçı Harold Innis'in ilk uygarlıklarla kâğıt ve yazı gibi iletişim teknolojileri arasındaki ilişkiyi "yanlılık" kavramıyla açıkladığı özgün tezleri için bkz. Harold Innis, *The Bias of Communication* (Toronto: University of Toronto Press, 1951). (ç.n.)

nizdir. Bizi belirli bir şeye yönlendiren –zorlayan değil- bir teknolojinin karakteristikleri, teknoloji üzerine çalışan bilim insanlarının "sağlayıcılıklar" ("*affordances*") dediği şeylerdir: Belirli bir nesnenin veya belirli bir ortamın sağladığı eylem fırsatları. Sağlayıcılık kavramı, bir kaya ya da nehir gibi farklı doğal nesnelerin farklı türler için farklı kullanımları "sağladığı" çevrebilim çalışmalarından geliyor. Bazı türler için kaya bir sığınaktır, diğerleri için güneşlenme yeridir; bazı türler için nehir yiyecek, diğerleri içinse içecek ortamıdır. Bu durum teknoloji için de geçerli. Yetişkin bir insan için bir kalem, yazı yazma aracı olabilir ve genellikle böyledir; bir çocuk aynı kalemi kardeşlerini kızdırmak veya onlara saldırmak için bir silah gibi kullanabilir ve çoğu zaman böyledir.

Doğadan farklı olarak, insan yapımı teknolojiler, onların içine işlenmiş belirli amaçlara sahiptir, belirli hedeflere ulaşmak üzere tasarlanmışlardır. Teknoloji olarak deneyimlediğimiz şey, zorunlu olarak teknolojinin kendisine (*thing-itself*) sabitlenmiş değildir; insanların tasavvur ederek (*thing-as-conceived*) inşa ettiği (*thing-as-constructed*) şeydir. Ve evet, kimi durumlarda amaca yönelikliğin kimi örnekleri "yanlılık" olarak kabul edilebilir. Örneğin, standart makas, sağ elini kullananlar için üretilir; bu makasları solaklar da kullanabilir ama zorlanırlar. Soldan sağa yazılan iletişim sistemleri de aynı şekilde solakların aleyhine bir yanlılık barındırır. Sağ elle yazan biri, yazmakta olduğu satırı görebilir ama solaklar soldan sağa yazarken, yazdıkları sol el yazdığı kısmı örtecektir.

Bazı teknolojiler nispeten standarttır ve değişmezler, bazıları ise böyle değildir. Standart bir teknoloji için kaşığı ele alalım. Kaşığı yemek yemek ya da kahve miktarını ölçmek için kullanabilirsiniz, ancak katı oluşu ve basitliği onu farklı kullanımlara karşı nispeten bağışık kılar. Diğer teknolojiler yoruma ve müzakereye çok daha açıktır. Görece esnek olan ve olmayan teknolojiler arasındaki fark, "donanım" ve "yazılım" terimleri ile bulunabilir. Yazılım, genellikle donanımın sağladığı çerçeve içinde işler ve çok

daha değişkendir, uzman olmayanlar bile yazılımlara müdahale edebilirler.[16]

Bunu görece eski bir teknolojinin tarihinde görebiliriz: Kitap. Gutenberg'den yüzlerce yıl önce bile bildiğimiz kitaplar "kodeks" biçimindedir. Kâğıt tomarı şeklindeki, ardışık ögelerden oluşan ve aranan bölümü bulmak için tamamının açılmasını gerektiren rulo halindeki parşömenin aksine kodeks, kullanıcı için rastgele erişim sağlar, kodeksin kullanışlılıklarından (*affordances*) biri budur. Okuyucu böylece, kitabın herhangi bir sayfasına doğrudan erişebilir. Bu büyük bir avantajdır ve kodeks neredeyse icat edildiği anda parşömenin yerini almaya başlamıştır. Mısır'da beşinci yüzyılda, on kodekse karşılık bir parşömen bulunuyordu ve altıncı yüzyılda parşömen neredeyse kullanımdan kalkmıştı.[17]

Temel kodeks biçimi yerleştikten ve matbaa ile birlikte daha kolay yeniden üretilebilir hale geldikten sonra, "kitap"ın yazılımı, okuyucular için giderek daha kullanışlı hale gelecek şekilde güncellenerek evrimleşti. İnsanlar 400 yıl önce "çok fazla enformasyon" sorunu olduğundan şikâyet ettiler.[18] Bu sorun için çeşitli yazılım "çözümleri" ortaya çıktı. Matbaacılar, sayfa numarası ve noktalama işareti kullanmaya başladılar, kitapları bölümlere ayırdılar ve bölüm başlıkları koydular; sayfaların üst kısımlarına "dizi başlığı", başlangıç kısımlarına içindekiler tablosu yerleştirdiler. Bir donanım olarak kodeks, "rastgele erişimi" mümkün kılmış ama bu erişimi pratik, uygun ve gerçekten kullanılabilir hale getirmek için bu yeni "yazılımı" almıştır.

Sağlayıcılık/Sağlarlık kavramı, teknolojilerin, insan hayatındaki diğer unsurlar gibi, istediğimiz şekilde kendimize uyar-

---

16 Bu açıklamalar için şu eserden yararlanılmıştır: Ian Hutchby, "Technology, Texts and Affordances," *Sociology* 35, no. 2 (2001), 441–56.

17 Colin Henderson Roberts ve Theodore Cressy Skeat, "[M]atbaanın icadına kadar kitabın tarihindeki en önemli gelişme" dedikleri kodeksi şöyle tanımlıyorlar: "üst üste konularak arkalarından birbirine tutturulmuş ve genellikle daha sert kapaklarla korunan, herhangi bir malzemeden yapılmış tabakalar/sayfalar topluluğu". C. H. Roberts ve T. C. Skeat, *The Birth of the Codex* (Oxford University Press, 1987). (ç.n.)

18 Ann Blair, "Reading Strategies for Coping with Information Overload ca. 1550–1700," *Journal of the History of Ideas* 64, no. 1 (2003), 11–28.

layabileceğimiz şeyler olduğu fikri ile onların, davranışlarımızı belirleyen, etkili ve eğilip bükülemeyen güçler olduğu şeklindeki duruş arasında konumlanıyor. Bu karşıt duruşların ikisi de yararlı bir genel teori sunarmış gibi görünmüyor. Nasıl kullanacağımızı bize dikte eden, her şeye kadir teknoloji kavramı, belirli bir teknolojinin farklı zamanlarda ve farklı yerlerde çok farklı roller üstlenmesine yol açan sosyal ve teknik yeniliklerin birbirini takip etmesi olgusuyla uyumlu değildir. Örneğin matbaa başlangıçta bilimsel inceleme veya politik risaleleri değil, İncil'i ve diğer dinsel metinleri basmak için kullanıldı; hatta ilk yüzyılında toplumsal değişimi hızlandırmaktan öte toplumsal ve politik hiyerarşileri pekiştirmeye hizmet etti. Bir teknoloji, standart kullanım repertuarını oluşturduğunda bile, bu kullanımlardan hangisinin benimseneceğini, teknolojik sağlayıcılıklardan ziyade başka güçler şekillendirir. Mesela kamu hizmeti yayıncılığı, neredeyse radyo ve televizyon yayıncılığı tarihi boyunca Batı Avrupa ülkelerinde muazzam etkilidir ancak Amerika Birleşik Devletleri'nde böyle olmamıştır. Teknoloji aynı olsa da siyasi, kültürel, ekonomik ve sosyal ortamlar son derece farklıdır.

Teknolojiyi, insan iletişimindeki değişimlerin değişmeyen itici gücü olarak ele almak, iletişim tarihinde ne tür yeniliklerin gerçekten önemli olduğunu ve bunun nasıl gerçekleştiğini düşünmeyi bir kenara atmaktır. Tarihçi Wolfgang Behringer, Avrupa iletişimindeki en büyük değişikliğin matbaa, ücretli yol, demiryolu, telgraf, denizaltı kablosu, telefon ve İnternete kadar bir dizi yenilik değil, Avrupa çapında işleyen bir posta sistemi olduğunu etkileyici bir şekilde ortaya koymuştur. Burada belirleyici olan yenilik (*innovation*), "teknolojik değil, organizasyonla ilgili bir icat"tı.[19] Büyük yenilik, posta güzergâhı boyunca at ve sürücü değiştirmek için istasyonlar kurarak postanın ulaşım hızını artırmaktı. İstasyonlar "post" olarak adlandırılıyordu ve sistem ilk olarak ona adını da veren -"posta"- İtalyanlar tarafından geliştirildi ve işletildi.

19 Wolfgang Behringer, "Communications Revolutions: A Historiographical Concept," *German History* 24, no. 3 (2006), 333–74: 342.

Dijital teknoloji karşısında öylesine büyüleniyoruz ki, değişimin teknolojik olmayan kaynaklarını, gazeteciler de dâhil, fark edemiyoruz; donanımın yanı sıra yazılımla ilgili yenilikteki (*innovation*) mahareti ve getirdiği sonuçları da küçümsüyoruz. Geçtiğimiz yüzyılda gazeteciliğin en önemli dönüşümlerinden biri, 1950'lerde ve 60'larda televizyon haberlerinin yükselişi değil, 1960'larda ve 70'lerde Avrupa'da, Kuzey Amerika'da ve kısa süre sonra Latin Amerika'da ve başka yerlerde, radyo veya televizyondan ziyade yazılı basında daha araştırmacı, daha analitik ve daha eleştirel bir gazeteciliğin yükselişiydi. Bu dönemden önce "bekçi köpeği" basın veya "hesap verebilirlik haberciliği" ifadeleri nadiren kullanılırdı. Gazetelerdeki bu daha derin ve daha iddialı gazeteciliğin miktarı ve yüzdesi, 1960'lardan sonra ABD'de büyük bir hızla büyüdü ve esasen tüm büyük haber kuruluşlarındaki katı "nesnel" haberciliğin yerini aldı.

Neden? Değişik açıklamalar mevcut ama bunların arasında, teknolojinin önemli bir faktör veya herhangi bir faktör olduğu bir açıklama bulunmuyor. Demokrasinin yükselişi, sıradan insanların görüşlerini meşrulaştırmaya ve onları yöneticilerini sorgulamaya teşvik etmeye yönelik bir güçtü. Kurumsallaşmış bilimin yükselişi, zamanla, hükümetle içli dışlı olmayan yeni bir uzmanlık biçimi oluşturmayı başardı. II. Dünya Savaşı'ndan beri yükseköğrenimde yaşanan dönüşümler, üniversite eğitiminin, belirli bir kültürel mirasın veya temel eserlerin aktarılmasının ötesinde, eleştirel düşüncenin önem kazanmasına yol açtı. Bütün bunlar ve daha fazlası, daha analitik bir gazeteciliğin büyümesine katkıda bulundu ama teknolojinin böyle doğrudan bir etkisi oldu mu? Hayır.

Teknolojinin toplumdaki rolü hakkında genel bir çerçeve için bu kadarı yeter. Şimdi özel olarak, dijital teknolojilerin, internetin ve sosyal medyanın gazetecilik üzerindeki etkisine bakalım. Haberin kâğıda basılarak dağıtılması sürecinin sonuna

geldiğimiz fikri çok güçlü.[20] Bu fikir en fazla Amerika Birleşik Devletleri'nde doğru, haber işinin hayatta kalması için reklam gelirlerine hiçbir zaman bu kadar bağımlı olmadığı ülkelerde ise daha az geçerli. Ama böyle olsa bile, değişimin sismik sarsıntıları dünyanın birçok yerinde hissediliyor.

Peki, bu değişim nereden geliyor ve nereye doğru yöneliyor? Facebook ve Google'dan önce, haber kuruluşlarında zaten ekonomik sıkıntı vardı. Gazeteler, okurlarını televizyon haberlerine kaptırıyordu. Bunun göstergelerinden biri, yalnızca günlük gazetelerin ölmesi değil, aynı zamanda ABD'deki düşüş hızının -ulusal ve yerel televizyonların akşam haberleriyle rekabet halindeki- öğleden sonra yayınlanan gazetelerde, sabah yayınlananlardan çok daha keskin olmasıydı. Standart basılı gazeteciliğin ekonomik kapasitesindeki gerilemeye, halkın gazetelere olan güveninde bir düşüş eşlik etti. ABD, İngiltere, Finlandiya, Almanya, Fransa ve İtalya'da yazılı basın üzerine yapılan 2012 tarihli bir araştırma, altı ülkenin tamamında yetişkinlerin yüzde 60'tan fazlasının basına "pek güvenmediğini" veya "hiç güvenmediğini" ve "araştırmaya dâhil edilen ülkelerin her birinde, bu simgesel krizin, dijital medyanın yükselişinden daha önce başladığını" göstermektedir.[21]

New York Times'ın deneyimli medya muhabirlerinden, merhum David Carr, 2014'te Amerikanın en büyük medya şirketlerinden Gannett, Tribune Company ve EW Scripps'in gazetecilikle ilişkili varlıklarını multimedya imparatorluklarından ayırıp ayrı bir birim haline getirdiklerini belirterek durumun ciddiyetini ifade etmişti. Ona göre elden çıkarma telaşı, "buzdağlarından kopan dev parçaların çalkalanan sulara karıştığı, küresel ısınmayla ilgili filmlerden biri" gibi görünüyordu. Carr'ın metaforları gide-

---

20 Konuyla ilgili iyi bir tartışma için bkz. Rachel Smolkin, "Cities Without Newspapers," *American Journalism Review* 31, no. 3 (2009), 16–25.

21 Rasmus Kleis Nielsen, "The Many Crises of Western Journalism: A Comparative Analysis of Economic Crises, Professional Crises, and Crises of Confidence," Jeffrey C. Alexander, Elizabeth Butler Breese, ve Maria Luengo, derl., *The Crisis of Journalism Reconsidered: Democratic Culture, Professional Codes, Digital Future* (Cambridge: Cambridge University Press, 2016), s. 77–97: 95.

rek daha da endişe verici hale geldi. Carr, temel kaynaklarından yoksun bıraktıktan on yıl sonra gazetecilikle ilişkili varlıklarını elden çıkarmayı, "sıcak kalmak için tüm mobilyaları yakıp evi kullanılmaz hale getirdikten sonra insanları evdeki kirişleri satın almaları için davet etmek"le karşılaştırdı. Ve piyasanın "doğal düzenini" suçlarken, halktan bir teselli ya da umut bulamadı. Pek çok insan, "yaşadığı yerin gazetesinin personel sayısını, basıldığı günleri, dağıtımını ve haberlerini azaltmasını umursamadı veya fark etmedi" diye yazmıştı. "Bu gazeteler tamamen kaybolduğunda" fark edecekler miydi? "Bu konuda hiç de iyimser değilim." [22]

Aynı adam, 2009'da bir gazetecilik konferansında ayağa kalkmış, ardından konuşmacıların masasındaki dizüstü bilgisayarını almış ve sahneye dönerken bilgisayarı başının üzerinde tutarak şöyle demişti: "Şu an elimde, şimdiye kadar çalıştığım haber merkezlerinden çok daha fazla haber kaynağı var."[23] Sade, dramatik bir jestti ve söylediği şüphesiz doğruydu. Muhabirler ve editörler için doğruydu. Dizüstü bilgisayarı olan ve dünyanın dört bir yanındaki yüzlerce, binlerce haber kuruluşu ve devlet kurumunun, düşünce kuruluşunun ve çok daha fazlasının web sitelerine erişebilen haber tüketicileri için de doğruydu. Enformasyonun cesur yeni dünyası. (2009'da değil de 2014'te bir konferansta konuşmuş olsaydı, dizüstü bilgisayarı için konuşmacıların masasına geri dönmek zorunda kalmaz, telefonu için cebine uzanırdı.)

Carr'ın 2009'daki saygı uyandıran kerametini mi kabul etmeliyiz? Yoksa 2014'teki çaresizliğini mi?

Açık konuşalım: Artık müstakil işletme olarak hemen hemen hiç ulusal "gazete" kalmadı; dünyadaki gazetelerin büyük çoğunluğu, basılı ve çevrimiçi haberciliğin birleştirildiği işletmelerdir. Yerel haber kuruluşları da aynı doğrultuda hareket ediyor. En popüler haber sitelerinin çoğu, önceden yazılı basında veya

---

22 David Carr, "Papers are Down, and Now Out," *New York Times*, 11 Ağustos 2014.

23 Konferansa ben de katılmıştım, hatırladığım kadarıyla Carr'ın sözleri bunlardı. Konferans 13-14 Kasım 2009 tarihlerinde Yale Hukuk Fakültesi'nde yapıldı: "The Future of Journalism: Who Will Pay the Messengers?" ("Gazeteciliğin Geleceği: Elçilere kim ödeme yapacak?")

radyo televizyon yayıncılığında faaliyet gösteren haber kuruluşlarına aittir. ABD'de en popüler 15 haber sitesi sıralamasında ilk üçte yer alanlar faaliyetlerinde dijital ortamda başlamıştır ama kalan 12'si geleneksel haber kuruluşlarına ait web siteleridir.[24] Bu işletmeler değişiyor, güçlükle ilerliyor, zayıflıyor ama genel anlamda ortadan kaybolmuyor, kimileri erişim, statü ve küresel etki bakımından büyüyor; Birleşik Krallık'ta *Guardian* ile *Financial Times*, ABD'de ise *New York Times* hemen akla gelenler.

Haber merkezlerindeki gazeteci sayısı, onların ürettiği kaliteli gazetecilik miktarından daha hızlı azalıyor. Peki, kaliteli gazeteciliğin azaldığından nasıl emin olabiliyoruz?

Toplumsal ve yurttaşlıkla ilişkili refah için gerçekten önemli olan, kapı eşiğine fırlatılan veya bir haber standından satın alınan gazetenin ortadan kalkması değil de tarafsız, analitik ve soruşturmacı haberlerin (*watch-dog news reporting*) azalması ise ve eğer gerçekten varsa, ne ölçüde bir düşüşe tanık oluyoruz? Bu tür haberler, gazete dışındaki başka araçlar ve Pekin veya Bağdat'ta bir büro için ödeme yapabilen kuruluşlar veya mekanizmalar tarafından sağlanabilirse, gazeteciliğin yurttaşlık görevi sürdürülebilir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde, aynı zamanda çevrimiçi yayın yapan işletmelerin parçası olan 1.200'den fazla günlük basılı gazete var. Bunların küçük bir kısmı Pulitzer Ödülü kazanmış veya yabancı bir ülkede büro açmış ya da tam zamanlı bir yabancı muhabir çalıştırmıştır. Elbette daha kötüsü de olabilirdi ve oldu da. Carl Sessions Stepp, büyük günlük gazetelerin 1964'le 1999 yılları arasında çıkan nüshalarını karşılaştırdı ve 1999 tarihli gazetelerin "hemen hemen her açıdan, 1960'lardaki muadillerinden çok daha üstün olduğu" sonucuna vardı: "daha iyi yazılmış, daha iyi görünümlü, daha iyi organize edilmiş, daha sorumlu, daha az sansasyonel, daha az cinsiyetçi, daha az ırkçı ve çoğunlukla takdir

24 Newton, *Surprising News*, s. 172.

edildiklerinden daha bilgilendirici ve kamusal ruhlu." [25] Ben de bundan daha farklı bir sonuç tasavvur edemiyorum.

Stepp'in çalışması, ABD örneğiyle ilgili, bilgiye dayanan bir değerlendirme. Hollandalı medya tarihçisi Marcel Broersma, Avrupa basını hakkında benzer bir sonuca varıyor. Özel olarak Hollanda, daha genel olarak da Avrupa ve Kuzey Atlantik medyasını ele alan Broersma şöyle yazmış:

> 20 yıl öncesinin rastgele bir gazetesini açın veya eski bir haber programını izleyin, farklı ve genel olarak bugünkü kadar iyi olmayan bir gazetecilik göreceksiniz. Bugünün gazeteciliği daha eksiksiz, daha çeşitli, analitik ve eleştireldir. Daha hızlı, daha az geleneksel ve izleyicileri daha fazla dikkate alan. Neresinden bakarsanız bakın, bugün tüketicilere kesinlikle çok daha iyi haber hizmeti veriliyor.[26]

ABD'de, bir düzine büyük ve orta ölçekli bölgesel günlük gazeteyi kapsayan yakın tarihli bir incelemede, araştırmacı gazetecilik ürünlerinin azaldığı değil, ciddi oranda arttığı ortaya çıktı. Eski CBS News muhabiri Beth Knobel, 1991 ile 2011 arasından seçilmiş yıllarda bu gazetelerin içeriklerini analiz etti ve şaşırtıcı bir şekilde, incelediği gazeteler, tıpkı diğer gazeteler gibi o yıllarda birçok gazeteciyi işten çıkarmış olmasına rağmen, özgün, hesap verebilirlik-odaklı özel haberlerinde[27], dikkate değer bir artış

---

25 Carl Sessions Stepp, "The State of the American Newspaper: Then and Now," *American Journalism Review* 21 (1999), 60–75: 62. İlgili referanslar için bkz. Katherine Fink ve Michael Schudson, "The Rise of Contextual Journalism, 1950s–2000s," *Journalism: Theory, Criticism, Practice* 15, no. 1 (2014), 3–20.

26 Marcel Broersma, "The Legitimacy Paradox." *Journalism: Theory, Criticism and Practice* 20, no. 1 (2019), 92–4: 92.

27 "Enterprise reporting" ifadesini, "özel haberler" şeklinde çevirmeyi yeğledik. Gazetecilik jargonunda, iş dünyasıyla ilişkili haberler için de kullanılmakla birlikte "enterprise reporting" bu bahiste, genellikle basın bültenlerinden ve masa başında üretilen, bütün gazetelerde yayınlanması muhtemel, sıradan haberlerden ziyade muhabirin sahaya çıkarak, daha derin bir araştırmaya dayanarak ürettiği, "atlatma" olarak da bilinen bir habercilik pratiğine işaret etmektedir. Örneğin bkz. Tony Rogers, "Enterprise Reporting. Developing Stories That Go Beyond Press Releases", *ThoughtCo*, https://www.thoughtco.com/enterprise-reporting-2073863 (erişim tarihi: 2 Mart 2021) (ç.n.)

buldu. Knobel, bu gazetelerin editörleriyle yaptığı röportajlardan yola çıkarak bu sonuç için üç neden öne sürüyor. Her şeyden önce bu gazetelerdeki gazeteciler "hesap verebilirlik haberciliği"nin, onların temel misyonları olduğuna inanıyorlardı. İkincisi, ABD televizyonları tarihleri boyunca çok az özel habercilik yapmış oldukları için gazeteler rakipleri haber kanallarına karşı özgün, etkili araştırmacı gazeteciliği sürdürerek ve daha düşük giderleri sonlandırarak ekonomik bir seçim yaptı. Uzun vadede bunun ekonomik olarak ayakta kalmak için bir yatırım olduğunu hissettiler. Üçüncüsü, gazetelerin ekonomik düşmanı olan İnternet, hesap verebilirlik raporlaması yapmanın maliyetini düşürmüştü. "İnternetin ortaya çıkışı, insanları bulup onlarla e-posta yoluyla iletişim kurmayı, devletin veri tabanlarına erişmeyi, Bilgi Edinme Özgürlüğü Yasası taleplerini dosyalamayı ve karmaşık bilgisayar destekli haber teknolojilerini kullanmayı kolaylaştırdı."[28] ABD örneğinde, gazeteciliğin gerileyişiyle ilgili en büyük endişe, birçok topluluğun tek önemli yerel haber mecralarını kaybetmesidir. Ekonomik olarak tökezleyen gazeteler kapandıkça, ülkenin dört bir yanındaki küçük kasabalarda "haber çölleri" olarak adlandırılan şey ortaya çıkıyor. On dokuzuncu yüzyılda yerel bir gazetenin kurulmasının, bir kasabanın ekonomik büyüme ve kalkınma özlemlerinin temel bir göstergesi sayıldığı bir ülke için bu çok rahatsız edici bir gelişme.

28 Beth Knobel, *The Watchdog Still Barks: How Accountability Reporting Evolved for the Digital Age* (New York: Fordham University Press, 2018), s. 13.

7

Aslen devrim sayılamayacak dört gazetecilik olgusu

Son yirmi yılda gazeteciliğin teknolojik dönüşümü, anlaşılır bir şekilde, hem yeni bir gazeteciliğin olağanüstü gelişimiyle, hem de eski gazetecilikte değerli olan her şeyin tamamen yok edilmesiyle ilişkili pek çok iddiaya yol açtı. Ancak ne ütopik ne de distopik değerlendirmeler güvenilir görünmüyor. Çok önemli olmalarına rağmen yeni gelişmelerin ortaya çıkması ve bunların etkileri zorunlu olarak önceki gazetecilik kurumlarının, türlerinin veya alışkanlıklarının sonunu getirmedi. Radyo gazeteleri ortadan kaldırmayıp, onların yapmaya devam ettikleri haber toplama işinden nemalanmış, televizyon da gazetelerin ölümüne yol açmamıştı. Ne yakında ne de önümüzdeki herhangi bir zamanda dijital medyanın gazeteleri demode hale getireceğini sanmıyorum. Ancak uzun süredir gazete üretimi yapan haber kuruluşları artık temelde çevrimiçi haber üretimi yapıyor, bazı gazeteler ise kâğıt baskıyı ya tamamen bıraktı ya da dağıtımını sınırlandırdı.

İnsanlar, çevrelerindeki değişikliklerin beraberinde getirdiği toplumsal değişimlere umut ve korkularla tepki verirler ancak özellikle teknolojik nesnelerin ilan edildiği şekliyle (kelimenin tam anlamıyla ve mecazi olarak) devrimci bir değişikliğe yol açtı-

ğını düşünürler. Dijital medyanın da ütopik ve distopik vizyonlara ilham vermesi şaşırtıcı değil.

Teknoloji merkezli değişiklikler hakikaten de gerçek, derin ve hızlıdır. Eski gazeteciler, biraz çıkarcı ama daha mesafeli bir geçmişin yerini başarıyla alan hem ebedi hem de muzaffer gazetecilik olarak gördükleri şeyin çöküşünü izlediler. *Chicago Tribune*'de son olarak editörlük görevini üstlenmiş olan Jack Fuller, bu gazetede 1960'ların başlarında "muhabirlerin haberlerini daktiloyla yazdıkları" ilk günlerini hatırlıyor: "*Copyboys*"[1], haberleri bir masadan diğerine, oradan da dizgi odasındaki linotip operatörlerine taşırdı. *Tribune* bu bakımdan zamanın diğer gazeteleri gibiydi.[2]

On yıl kadar sonra okyanus ötesinde, 1995'ten 2015'e kadar Guardian'ın genel yayın yönetmenliğini üstlenmiş olan Alan Rusbridger de, şahsen tanık olduğu hızlı değişime hayret etmişti: "[1995'te] gazete kâğıdına günde bir kez üretilen haberleri basardık. 20 yıl sonra emekliye ayrılırken o dünya çoktan altüst olmuştu. Artık 18-24 yaş arası genç okurların sadece yüzde 6'sı haberi basılmış gazeteden alıyor, yüzde 65'i ise sosyal medya dâhil çevrimiçi kaynakları kullanıyordu. Rusbridger, değişimlerin hızı ve gücü karşısında hayrete düşmüştü: "[Değişim], kasırga seviyesinde bir yarılmaya eşdeğer"[3]; "dikey dünya sonsuza dek bizi terk etti"; "haberin üretimi, paylaşımı ve dağıtımı tamamen tersine döndü"; "[bu], kitle iletişiminde büyük bir değişimdir."[4]

---

1 *Copyboy*: Özellikle Amerikan gazeteciliğinin erken dönemlerinde, haber metinlerini yazar ve editör masalarından dizgi odasına kadar getirip götüren genç kadın ve erkeklere verilen isim. Bunlar arasından, Watergate skandalının ortaya çıkarılmasına katkı yapan Carl Bernstein gibi parlak gazeteciler çıkmıştır. Ancak zamanla gazetelerde bu pozisyona ihtiyaç kalmamış ve *copyboy* (ya da *copygirl*!) tarihe karışmıştır. Bu konuda ayrıntılı bilgi için şu kaynağa bakabilirsiniz: Millard B. Grimes, *The Last Linotype: The Story of Georgia and Its Newspapers Since World War II* (Mercer University Press, 1985), s. 221. (ç.n.)

2 Fuller, *What Is Happening to News*, s. 6–7, 12.

3 Burada yazar, Türkçede yaygın olarak kullanılmayan Beaufort rüzgâr şiddeti skalasının tepesinde yer alan kasırga kategorisine gönderme yaparak şu ifadeyi kullanmış: "Force-12 hurricane...". Türkçede anlaşılmama ve akıcılığı bozma ihtimali yüksek olduğu için çeviride bu ayrıntıya yer vermemeyi tercih ettik. (ç.n.)

4 Rusbridger, *Breaking News*, s. xx–xxiii.

Ne var ki aslında bu "tam bir alt üst oluş" değil. Çağdaş değişimin Rusbridger'ın gözden kaçırdığı çok önemli ve birbiriyle bağlantılı iki özelliği var. Birincisi, haber dağıtımı, haber toplamadan çok daha fazla değişti. Ürettikleri şeyler arasında hala kâğıt baskının (*print-on-dead-trees*)[5] bulunduğu haber kuruluşları -onlara gazete demek anakronik olurdu- ile birlikte sözde "kablolu hizmetler" (özellikle Associated Press, Reuters, Agence France Presse)[6] dünyanın başlıca haber toplayıcıları olmaya devam ediyorlar. Televizyon gazeteciliğine can veren ve çevrimiçi sosyal medyanın yeniden dolaşıma soktuğu özgün haberlerin -bilgi veren, ikna edici ve iddialı- çoğunluğunu bu kuruluşlar üretiyor. Kuşaklar boyunca gazeteciliğin kılavuz ışığı olan haber kuruluşları bugün de haber toplamanın ana motoru olmaya devam ediyor.

İkincisi, son yirmi yılda siyaset ve gazetecilikte yaşanan tüm değişiklikleri düşündüğünüzde de gazete (basılı ve dijital olarak) yayınlayan aynı eski haber kuruluşları, Avrupa'nın önde gelen kamu yayıncılarıyla birlikte, 25 yıl önce yaptıkları gibi bugün de kamuoyunun gündemini belirliyor. Bu durum, halkın önemli olduğunu düşündüğü konularla ilgili olarak İsveç medyası üzerine yapılmış dikkatli bir çalışmayla desteklenmektedir. İsveç gazetelerinin ve kamu yayıncılarının izlerkitle sayılarında da keskin düşüşler görüldü, gazeteler reklam gelirlerinde devasa kayıplar yaşadı ama yine de bu "eşik bekçileri" doğrudan veya dolaylı olarak, geçmişte olduğu gibi bugün de kamusal bilinçte gündemin belirlenmesine öncülük etmeye devam ediyorlar.[7]

---

5 dead-tree press: Kâğıda basılan gazeteler ve genel olarak yazılı basın için kullanılan bir terim. (ç.n.)

6 Haber ajansının İngilizcedeki karşılığı, "wire service"tır. 19. Yüzyılda kurulan haber ajansları [Associated Press (1846), Reuters (1851), Agence France Presse (1835)], dönemin büyük yeniliklerinden biri olan telsiz telgraf teknolojisini kullanmaları nedeniyle bu şekilde adlandırılmışlardır. Yazar burada, günümüzde İnternet teknolojisinin telsiz telgrafın yerini alması nedeniyle "sözde" sıfatını kullanmıştır. Wire service'in Türkçedeki karşılığı olan "haber ajansı" bu nüansı karşılamayacağı için terimi "kablolu hizmet" şeklinde çevirmeyi yeğledik. (ç.n.)

7 Monika Djerf-Pierre ve Adam Shebata, "Still an Agenda Setter: Traditional News Media and Public Opinion During the Transition from Low to High Choice Media Environments," *Journal of Communication* 6 (2017), 733–57.

Gazetecilik dünyası büyük değişimlerin ortasında ama bu tam olarak göründüğü gibi bir "devrim" olmayabilir. Bir medya devriminin olası ayırt edici özellikleri bakımından aşağıdaki dört adayı ele alalım.

Profesyonel Gazetecilikten Yurttaş Gazeteciliğine

Kendilerini hiçbir zaman gazeteci olarak tasavvur etmeyen, gazeteciliğe hiç heveslenmemiş, gazeteciliğin ne olduğu veya olması gerektiği konusunda bir an bile kafa yormayan "yurttaşların" giderek daha fazla gazeteci olarak işlev gördüklerinden kimsenin şüphesi yok. Yani, yurttaşlar "haber" vakalarına rastlıyor, bunları cep telefonlarına kaydederek veya olayları izler ve kaydederken betimleyerek "topluyor" ve yaptıkları haberi anında Facebook arkadaşlarına veya doğrudan haber kuruluşlarına gönderiyorlar. Hazırlıksız yakalanmamış ve kendi kendilerine yapmamışlarsa bile bazen haber kuruluşlarının belirli bir konudaki "kitle-kaynak" *("crowd-source")* çağrılarına yanıt veriyor, yaşadıkları şehirdeki veya mahalledeki bir olayın nasıl tezahür ettiğiyle ilgili bilgileri profesyonel bir haber kuruluşuna gönderiyorlar.

Kitle-kaynak daha önce, en azından 1700'lerde, İngiliz egemenliğindeki Kuzey Amerika'da *(British North America)* kullanılmıştı. Ve profesyonel gazeteciliğin henüz doğmadığı, gazetecilik tarihinin büyük kısmında, gazete içerikleri sıradan vatandaşların gönüllü ve ücretsiz katkılarıyla gazete matbaalarına servis edilirdi. Gazetecilik tarihinde yurttaş gazeteciliği profesyonel gazeteciliğini önceledi ve hiçbir zaman bütünüyle ortadan kalkmadı. Ancak profesyonel gazetecilik çağında, internet bağlantısı ve fotoğraf çekebilen cep telefonları gibi yeni teknolojiler yurttaş gazeteciliğini canlandırdı ve son 100 yılda olduğundan daha önemli hale getirdi.

Bununla birlikte, yurttaş gazeteciliği, ister hem çevrimiçi hem de basılı olarak çıkan gazeteler, isterse radyo televizyon yayınları veya kablolu televizyon, isterse de popüler çevrimiçi web sayfaları olsun, bütün büyük haber kuruluşlarının çevrimiçi ve

kâğıda basılan ürünlerinde görülen orijinal içeriklerinin çok küçük bir kısmını sağlamaktadır. Bütün bu mecralardaki haberlerin yüzde kaçı yurttaş gazetecilerden geliyor? Bilmiyorum. Tahminimce yüzde 5'ten azdır. Ancak yine de yurttaş gazeteciliği; özgür bir basının olmadığı, "haber çöllerinin" ortaya çıktığı ve askeri çatışmanın veya siyasi anarşinin bugünkü Suriye iç savaşında olduğu gibi profesyonel gazetecilerin görünürlüğünü son derece tehlikeli hale getirdiği durumlarda değer kazanmaktadır.

Basılı Gazetecilikten Dijital Gazeteciliğe

Sürekli büyüyen devrimci potansiyeliyle bu gerçekten de bir tür devrimdir ama iki bakımdan abartılmıştır. Birincisi, basılıdan dijitale geçiş değil, basılı artı-dijital'e geçiş söz konusudur. Bir işletme seçeneği olarak, kâğıt baskı birçok haber kuruluşu için değerli olmaya devam etmektedir. Kâğıt gazete tercih eden insanlar bunun için yüksek fiyatlar ödüyor ve çevrimiçi faaliyetlerin finansmanına yardımcı oluyorlar. Önemli son dakika haberleri önce web sitesinde yayınlansa bile kâğıt baskının "baş sayfası" hem gazeteciler hem de halk için simgesel önemini koruyor. Medya akademisyeni Nikki Usher, 2010 yılında *New York Times* haber merkezinde geçirdiği beş ayın sonunda gazetecilerin "önce-kâğıt-baskı zihniyetine bağlanmış" olduklarını bulgulamış, "[K]âğıt baskı hala gizemli havasını ve önemini koruyor" diye yazmıştır.[8] Bu durum, on yıl sonra daha az doğru ama yine de haber kuruluşunun web sitesi şu an için önemlidir, baş sayfa ise "yarın" ve daha sonrası için. Yani, bir anı dondurarak sabitleyen baş sayfa, tarihsel bir belge olarak, web sayfasında sürekli değişip duran haberlerden daha fazla kullanıma açıktır.

İkincisi, dünyanin birçok yerinde olduğu gibi ABD ve İngiltere'de de çoğu insan haberleri televizyondan alıyor. İnsanlar bu haberlere giderek daha fazla cep telefonlarından erişiyor olabilir ama eriştikleri şey, televizyon tarafından üretilen haberlerdir.

---

8 Bkz. Nikki Usher, *Making News at the New York Times* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 2014).

2013 yılında, insanların yüzde 69'u televizyonu, yüzde 50'si dijital kaynakları, yüzde 28'i ise gazeteyi kullandıkları iki "ana" haber kaynağından biri olarak bildirmişlerdir.[9] Televizyon kolay ve kullanışlıdır ve bu kötü bir şey değildir. Çoğumuzun genellikle özümseyebileceği ölçüde temel bilgiyi, bazen canlı bir dille iletir. Yaklaşık 50 yıldır artan sayıda Amerikalı, birincil haber kaynaklarının gazeteler değil televizyon olduğunu belirtiyor ve çoğu insan televizyonun haberleri gazetelerden aldığını bilmiyor veya bunu umursamıyor.

Televizyonun kapsayıcılığına rağmen, bir "*long form*"[10] matbu gazetecilik piyasası var olmaya devam ediyor. Amerikalı gazeteciler tarafından Irak ve Afganistan'daki savaşlarla ilgili en az 15 kitap yazıldığını düşünün. Bu kitaplar; NBC ve National Public Radio ile US News, *Newsweek* ve *New Yorker* dergileri için bu savaşları haberleştiren muhabirlerin yanı sıra iki *Wall Street Journal* muhabiri, bir *New York Times* ordu muhabiri, bir *Chicago Tribune* muhabiri ve en az yarım düzine *Washington Post* muhabirine aittir. Sevimli kedi videoları ve öfkeli tweetler ayrıntılı gazeteciliğin yerini almamıştır. Bugün her zamankinden daha çok, neredeyse kitap boyutunda gazecilik örnekleri *(book-length journalism)* mevcuttur.

Haberden Veritabanına

Analiz yapmaya uygun, haber üretme potansiyeline sahip büyük veri tabanlarıyla gerçekleştirilen gazetecilik söz konusu olduğunda, olasılıklar oldukça fazladır. Örneğin Panama Papers (2016), 11,5 milyon belgeyi içeren dev bir sızıntıydı. Bir yıl sonra

---

9 *Pew Research Center*, "Amid Criticism, Support for Media's 'Watchdog' Role Stands Out" (8 Ağustos 2013), s. 13, https://www.people-press.org/2013/08/08/amid-criticism-support-for-medias-watchdog-role-stands-out/. 17–21 Temmuz 2013 tarihlerinde gerçekleştirilen anket çalışmasına dayanmaktadır.

10 *Long-form journalism*: Ayrıntılı gazetecilik. Görece uzun, ayrıntılı içeriklere yer veren nitelikli gazetecilik türü. Bu konuda örneğin bkz. Mallary Jean Tenore. Longform journalism morphs in print as it finds a new home online. *Poynter Institute*. 3 Aralık 2012 https://www.poynter.org/reporting-editing/2012/longform-journalism-morphs-in-print-as-it-finds-a-new-home-online/ (erişim tarihi: 10 Mayıs 2021) (ç.n.)

sızan Paradise Papers (2017) ise 14,3 milyon belgeden oluşuyordu.[11]

Veritabanları önemlidir. Gazetecilik tarihinde bu kadar büyük miktarda veriyi saklama ve işleme kapasitesi görülmemiştir. Dünyanın dört bir yanındaki gazetecilik okullarında, hesaplamaya dayalı gazetecilik *(computational journalism)* veya veri gazeteciliği *(data journalism)* üzerine yeni dersler açılmaktadır. Lakin halka açık hale gelse bile, veritabanlarına çok az kişi doğrudan erişiyor. Çoğu okuyucu, birisinin –buna "gazeteci" diyelim- bir veritabanını bir haber öyküsüne dönüştürmesini ister. Bu kişi, haberin ne olduğu ve sonsuz bir olgular ve rakamlar resmigeçidinin, görece eğitimsiz okura, görece geleneksel yollarla anlatılabilecek bir öyküye nasıl dönüştürüleceği konusunda bir duyguya ve bir duyarlılığa sahip olmalıdır. Okurların okumaya istekli olabilecekleri ve bilişsel olarak kavrayabilecekleri şey bir öyküdür ve gazeteci, bu veritabanlarından öykü formuna uyabilecek bir şeyi çıkarmak için her zamankinden daha çok baskı altındadır.

Gazetecilikteki ekonomik krizin, veri gazeteciliğinin coğrafyası üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu da eklemeye değer. Küçük haber kuruluşları bir veri gazeteciliği uzmanını işe alamaz, alırlarsa da bünyelerinde tutamazlar. Bu tip uzmanlar hızla büyük haber kuruluşlarının cazibesine kapılarak küçüklerden ayrılırlar.[12]

Yukarıdan Aşağıya (Dikey) İletişimden Paylaşılabilir (Yatay) İletişime

"Paylaşmak" zamanımızın anahtar sözcüklerinden biridir.[13] Bu sadece, insanların çevrimiçi dünyalarında başkalarından al-

---

11 Peter Berglez ve Amanda Gearing, "The Panama and Paradise Papers: The Rise of a Global Fourth Estate," *International Journal of Communication* 12 (2018), 44573–92.

12 Katherine Fink ve C. W. Anderson, "Data Journalism in the United States: Beyond the Usual Suspects," *Journalism Studies* 16, no. 4 (2015), 467–81.

13 Nicholas John, "Sharing," Benjamin Peters, der., *Digital Keywords* (Princeton: Princeton University Press, 2016) içinde, s. 269–77. Ayrıca bkz. Nicholas John, *The Age of Sharing* (Cambridge: Polity, 2017).

dıkları mizah veya öfke dolu sözcükleri, haberleri, fotoğrafları, esprileri ve alıntıları iletme kolaylığını ve sıklığını göstermiyor. Paylaşmak, aynı zamanda bir etiktir ve kişinin kendi "benliğinden" bir şeyleri ifade eder. Paylaşma fikri; samimi, kendini ifade etmeye dönük, kişisel ve hatta günah çıkarma kabilinden bir şeyleri ima etmektedir.

Haber üretiminde, haberleri paylaşılabilir hale getirmeye ve paylaşılmalarını teşvik etmeye giderek daha fazla önem veriliyor. Haber kuruluşları, muhabirlerini sadece haber yazmaya değil, aynı zamanda haberlerini sosyal medyada pazarlamaya da çağırıyor. Nitekim olaylara profesyonel "haber değeri" *("newsworthiness")* üzerinden yaklaşmaktan, Hollanda'da yapılan bir araştırmanın "paylaşım-değeri" *("shareworthiness")* olarak adlandırdığı, işletme merkezli bir vurguya doğru kayma söz konusu.[14]

Ancak yine de yukarıdan aşağıya iletişimi neredeyse hiç terk etmedik. Profesyonel gazeteciliğin kamusal yaşamdaki "eşikbekçisi" rolünün sona erdiğini görmekten de çok uzağız. İletişimin büyük ölçüde çevrimiçi olduğu ve çoğunun da sosyal medyada gerçekleştiği, insanların bildikleri şeylerin nereden geldiğini akılda tutmasının zor olduğu bir dünyada profesyonel gazeteciler hala önemli. Facebook'taki insanların yarısı, niçin bazı öğelerin haber akışlarında yer alıp da bazılarının yer almadığını anlamadıklarını ve haber akışlarını kontrol etmek için mevcut Facebook araçlarını kullanmadıklarını belirtiyor.[15] Bu dünyada, profesyonel gazeteciler, neyin kamusal tartışmaya dâhil olacağına karar vermek konusunda kilit bir role sahip olmaya devam ediyor.

E-postadan Facebook'a ve Twitter'a, okurların web sayfalarındaki yorumlarına, TripAdvisor'daki değerlendirmelerine,

---

14 Damian Trilling, Petro Tolochko, ve Björn Burscher, "From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics," *Journalism & Mass Communication Quarterly* 94, no. 1 (2017), 38–60.

15 Aaron Smith, "Many Facebook Users Don't Understand How the Site's News Feed Works," *Pew Research Center*, 5 Eylül 2018, https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/09/05/many-facebook-users-dont-understand-how-the-sites-news-feed-works/

"Hamileyken sizi neler bekliyor?" gibi hamilelik ve çocuk bakımıyla ilgili oldukça faal yorum dizilerine kadar sayısız çevrimiçi konuşma var. Bir bütün olarak bakıldığında bu iletişim patlaması; sağlıkla ilgili bilgilerin dolaşımı, aşk acısı çekenlere tavsiye, ziyaret etmek isteyebileceğiniz bir yer veya sizinle aynı nadir hastalığı paylaşan kişilere nasıl ulaşacağınız hakkında bilgi vermek gibi şaşırtıcı derecede yararlı şeyler sunar. Ancak bu enformasyon sağanağı içinde güçlü kişi ve kurumların ürkmesine, yön değiştirmesine, geri çekilmesine veya istifa etmesine yol açan bilginin ne kadarı profesyonel olmayan gazeteciler tarafından üretiliyor? Trump yönetiminin ilk iki yılında *Washington Post*'un haberleri, Michael Flynn'in Beyaz Saray ulusal güvenlik danışmanlığı kariyerine son verdi; *New Yorker* dergisi, Anthony Scaramucci'nin Beyaz Saray iletişim direktörlüğü kariyerini bitiren olguları ortaya çıkardı ve *Washington Post*'tan ayrılan iki kıdemli muhabirin 2007'de kurduğu, büyük ölçüde çevrimiçi siyasi haber kuruluşu olan *Politico*, vergi mükelleflerinin paralarını gayrımeşru kişisel harcamalarında kulllanan sağlık ve sosyal hizmetleri sekreteri Tom Price'ın görevi bırakmasına neden oldu. Bu olayların her birinde, somut sonuçlara yol açan olguları, geleneksel veya çevrimiçi haber kuruluşlarındaki profesyonel gazeteciler temin etmiştir. *Politico*'yu *Washington Post* ve *New Yorker*'la ortaklaştıran şey; olgulara dayanan, bilgi aktaran, hikâyeyi takip eden, hesap verebilirlik odaklı gazeteciliğe olan bağlılıklarıdır.

"Yukarıdan aşağıya" iletişimciler arasında kesinlikle sadece gazeteciler yoktur. Popülist siyasi liderler, hatta ister Amerika Birleşik Devletleri'nde ister Latin Amerika'da olsun, popülist devlet başkanları, Twitter'ı, iki yönlü ve çok yönlü paylaşımı mümkün kıldığı için değil de, "takipçilerine" hızlı ve verimli bir şekilde tek yönlü iletişim olanağı sağladığı için coşkuyla karşıladılar. Paylaşım büyüdü, iki yönlü ve çok yönlü iletişim arttı. Ama buna rağmen tek yönlü iletişim pek çok durumda bugüne kadar olduğu ölçüde önemini koruyor. Yeni dijital iletişim biçimleri eski biçimleri bozuyor ama onlar da eski hiyerarşik alışkanlıklar tarafından ele geçiriliyor. Latin Amerika'daki popülist

devlet başkanları Twitter'ı yalnızca tek yönlü, yukarıdan aşağıya iletişim için kullandılar. Donald Trump göreve gelmeden önceki birkaç yıl boyunca bunu yaptılar ve Trump, onların aşındırdığı yolu takip etti.[16]

Bir tür yatay iletişim romantizmine karşı uyanık olmalıyız, lakin öyle görünüyor ki onunla kuşatılmış vaziyetteyiz. Sosyal medya şirketleri her koldan tutundurma çabasına girişti. Toplumun dijital dönüşümüne dair ütopik umutlara derin bir şekilde bağlandı. İletişim akademisyenlerini kuşaklar boyunca etkisi altına aldı. ABD'li medya uzmanı John Durham Peters, İsa'nın vaaz vermesinin ("yayma"), bir başka iyi model olan Socrates'in "diyalogu" kadar hayranlık verici bir iletişim modeli olduğunu vurgulamıştır. Peters diyalogun despot olabileceğine (Sokrates'le tartışmak kolay değildi!), vaazın ise, yukarıdan aşağıya olsa da insanlara kabul ya da reddetme hürriyeti tanıdığına işaret ediyor. Bir vaaz sırasında çıkabilir veya dinlerken hayal kurabilirsiniz. Oysa kötü bir sohbetten bile çekip gitmek çok daha zordur. Sohbete katılanlar birbirlerini kontrol eder, diyalog halindeki iki kişi sözde eşit olsa bile, birinin gücü hiçbir şekilde diğerinin gücüne eşit değildir. Peters, "diyalog zorba, yayma ise adil olabilir" diyor ve bu diyaloğun "birçokları arasında sadece bir iletişim senaryosu" olduğu, aslında büyük ölçekli demokrasi için genel bir model olarak özellikle uygun olmadığı sonucuna varıyor.[17]

Bununla birlikte, İnternet ve sosyal medya çağında yatay iletişime doğru bir hareket oldu mu? Evet. Hepsi iyi mi? Belli ki değil. Dikey iletişimi geride bıraktı mı? Yine, belli ki hayır.

16 Silvio Waisbord ve Adriana Amado, "Populist Communication by Digital Means: Presidential Twitter in Latin America," *Information, Communication & Society* 20, no. 9 (2017), 1330–46.

17 John Durham Peters, *Speaking into* the Air: A History of the Idea of Communication (Chicago: University of Chicago Press, 1999), s. 34.

8

Gazeteciliğin bir geleceği var mı?

Gazeteciliğin bir geleceği var mı? Elbette var. Lakin gazeteciliğin aynı anda gelişecek birden fazla geleceği olduğunu söylemek daha akıllıca olabilir. Gazeteciliğin içindeki ve çevresindeki insanlar on yılı aşkın bir zamandır profesyonel habercilik için uygulanabilir bir iş modeli arıyor ve buldukları yanıtların bazı yararlı parçaları olsa da, dünyada gazeteciliğin karşı karşıya olduğu ekonomik kriz için her derde deva bir şey ortaya çıkmadı. Bütün bunlar olurken, haber kuruluşları devam eden ekonomik sıkıntılar karşısında tasarruf etmek üzere mütemadiyen personel çıkarıyor.

Hâlbuki son derece değerli bazı girişimler de bir iş modeline sahip değildir. Klasik Batı müziği örneğin. Yaşamaya devam eder ama bir iş modeli olmaksızın yaşar. Klasik Batı müziği, çoğu Avrupa ülkesinde devletten mali destek alır. Amerika Birleşik Devletleri'nde devlet desteği çok sınırlıdır ama yine de klasik batı müziği, diğer pek çok sanatta olduğu gibi okullarda, müzelerde, senfoni orkestralarında, opera veya dans topluluklarında bağış sorumlularının ilişki kurduğu varlıklı kültür severler sayesinde ayakta kalmaya devam ediyor. Sadece bilet satışlarına bağlı olsalardı çoğu hızlı bir şekilde iflas ederdi.

Çok uzun zamandır, mesleki olarak peşine düşecek kadar sanata bağlı insanlar, sık sık hoşlandıkları ya da hoşlanmadıkları başka işler yaparak para kazanıyorlar. Amerikalı şair William Carlos Williams bir doktordu; ABD doğumlu İngiliz şair T. S. Eliot, Lloyd's Bankası'nda, daha sonra da Faber & Faber yayıncılıkta çalıştı; Amerikalı besteci Charles Ives, sigorta sektöründe başarılı bir kariyere sahipti. Pek çok profesyonel müzisyen müzik öğretmenliği yapıyor, kimisi lokantalarda müşterilerden istek şarkı (ve bahşiş) alarak geçiniyor. Kardeşim, asıl sevdiği (popüler) müzik bestelemenin gerektirdiği parayı kazanmak için böyle bir işte çalıştı, ama bir müşteri ne zaman "*Moon River*" çalmasını istese, içinden çığlık atmak geliyordu. Birkaç yıl önce katıldığım bir müzik okulundaki klasik müzik dersi-gösterisinin sonunda okulun dekanı bir konuşma yaptı. Okulun sadece yetenekli müzisyenler yetiştirmekle kalmayıp, aynı zamanda girişimci bir ruh ve girişimcilik becerisi, müzisyenlik kadar pazarlamacılık da aşılamaya çalıştığını söyledi. Gazetecilik için bir gelecek tasavvur ederken bunu sık sık düşündüm. Çalıştığım Columbia Gazetecilik Okulu'ndaki meslektaşlarımdan birinin bana söylediği gibi, "İş yok değil, var olmayan şey, kariyer." Bu alanda çalışılabilecek işler var ve aslına bakarsanız dijital gazeteciliğe geçiş, genç erkeklerin veya kadınların kendilerine iş yaratmalarının giderek kolaylaştığı anlamına geliyor.

Gazeteciliğin geleceğine dair bazı konular, sadece ekonomik nedenlerle değil, aynı zamanda politik nedenlerle de karanlık görünüyor. Dünyanın belirli bölgelerinde, görünüşte demokratik olan ülkelerde bile gazetecilik, tehlike altındaki türlerden biri haline geldi. Örneğin, Macaristan'da, çevrimiçi eleştiriler halen yaşıyorsa da, Başbakan Viktor Orbán hükümeti, gazete ve televizyonların rejim eleştirilerini esasen ortadan kaldırıyor. Dünyanın diğer bölgelerinde sorun, yoğun baskı veya sansürün ötesinde, gazetecilere yönelik doğrudan şiddettir. Muhabirler saldırıya uğruyor, kaçırılıyor ve öldürülüyor. 2018 yılında, gazetecilik çalışmaları nedeniyle, çoğu özel olarak hedef alınan, diğerleri savaş bölgelerinde çapraz ateş altında kalan 54 gazeteci öldürüldü. Af-

ganistan'da on iki, Suriye'de on, Meksika'da dört ve ABD'de dört haberci hayatını kaybetti. Muhabir ve editör olan bu son dört kişinin yanısıra beşinci bir kişi, bir satış asistanı, Maryland, Annapolis'teki günlük bir gazete olan *Capital*'de gerçekleşen toplu katliamda hayatını kaybetti.

Bir haber kuruluşunun ekonomik nedenlerle çöktüğüne, bir başkasının kapandığına veya muhabirlerinin hapse atıldığına ilişkin haber görmediğimiz bir gün geçmiyor nerdeyse. Gazeteciler, özellikle 1981'de kurulan Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ: *Committee to Protect Journalists*) aracılığıyla, tehdit altında olan gazetecileri takip etmek ve dünyaya duyurmak için uluslararası düzeyde örgütlendiler. Yakın tarihli bir raporda CPJ; 2016, 2017 ve 2018'de 250 veya daha fazla gazetecinin cezaevinde olmasından yola çıkarak, gazetecilerin tutuklanmasını "yeni normal" olarak adlandırdı.[1] Dünyadaki tutuklu gazetecilerin yarısının yaşadığı Türkiye, Çin ve Mısır her yıl listenin başında yer alıyor.

Pennsylvania Üniversitesi, *Annenberg School for Communication*'da Raymond Williams İletişim Profesörü olan Barbie Zelizer'in 2018'de kurduğu, ismiyle müsemma, Risk altındaki Medya Merkezi'nden (*Center for Media at Risk*) bahsetmeye değer. Merkez; gazeteciler, foto muhabirleri, videografikerler, film yapımcıları ve diğerlerinin güvenliği konusunda kamusal bilinci artırmayı, özgür bir medya ortamına yönelik tehditlerle ilgili eleştirel çalışmaları çoğaltmayı ve geliştirmeyi amaçlıyor.

Şiddete maruz kalmaktan ziyade şiddeti sadece haberleştirenler için bile çalışanların psikolojik danışman arayışına girdikleri gazetecilik faaliyetlerine sirayet eden fazlasıyla gerginlik, endişe ve nihayet travma söz konusu. Muhabirler, haber kaynaklarının veya habere konu olan kişilerin öfkesine ya da tehditlerine maruz kalabilir, sosyal medyada eleştiri veya trolleme yoluyla taciz edilebilirler. Dart Travma ve Gazetecilik Merkezi, bu gibi

1 Elana Beiser, "Hundreds of Journalists Jailed Globally Becomes the New Normal," *Committee to Protect Journalists*, 13 Aralık 2018, https://cpj.org/reports/2018/12/journalists-jailed-imprisoned-turkey-china-egypt-saudi-arabia.php.

durumlarda gazetecilere rehberlik yapıyor ve gerekli irtibatı sağlıyor. Merkezin müdürü Bruce Shapiro, son 20 yılda yapılan araştırmaların, gazetecilerin bu sorunlar karşısında genelde bir hayli dirençli olduklarını gösterdiğini belirtiyor. Söz konusu araştırmalara göre gazetecilerin yaklaşık yüzde 6 ila 13'ü Travma Sonrası Stres Bozukluğu'ndan (PTSD) mustarip; itfaiyeciler veya polis memurları gibi başka "acil müdahale" alanlarındaki teşhislerle kabaca aynı oranlar.[2]

Bazı açılardan, gazeteciliğin geleceği oldukça parlak görünüyor. Uluslararası Araştırmacı Gazeteciler Konsorsiyumu'nu (ICIJ) düşünün. *Center for Public Integrity* (Washington, DC) tarafından 1997 yılında kurulan Konsorsiyum, 2017 yılında bağımsız bir örgüt haline geldi. Daha 2000 yılında 39 ülkeden 75 gazeteciyi yapısına dâhil etmişti. Bugün, 70 ülkedeki 100 farklı medya kuruluşundan 200 kadar gazeteciyi bünyesinde bulunduruyor. 2017'de ICIJ, Panama Belgeleri üzerine yaptığı çalışmalarla "açıklayıcı habercilik" dalında Pulitzer Ödülü aldı.

ICIJ, büyüklüğü ve başarısının derecesi bakımından alışılmadık bir örgüt olsa da, dijital çağdaki yeni gazetecilik girişimleri açısından iki konuda olağandışı sayılmaz. Birincisi; örgütün, haber kuruluşları arasında işbirliğine ve birlikte çalışmaya dayanması, ikincisi; söz konusu ortak çalışmaların küresel çapta olması. Bir kuşak önce nadir görülen bu özellikler, bugün pek çok yeni haber girişimi için geçerli. Aslına bakarsanız, 1990'lı veya 2000'li yıllarda, diğer haber kuruluşlarıyla birlikte çalışmak, bir işletme olarak gazeteciliğin gerisindeki rekabet anlayışına bir tür ihanet olarak görülürdü.

Bir başka yeni gelişme, doğrulama *(fact-checking)* kuruluşlarıdır. Mevcut haber kuruluşları içinde veya onlar için geliştirilmemiş olan bağımsız doğrulama kuruluşları, ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde, 2003'te FactCheck.org ve 2007'de PolitiFact ile başlamış, bu fikir, olağanüstü bir hızla tüm dünyayı dolaş-

2 26 Haziran 2019 Tarihinde yaptığım mülakat.

mıştır. Britanya'da *Channel 4 Fact Check* 2005'te başladı, Fransız doğrulama girişimi Désintox 2008'de, Sırpların Istinomer adlı girişimi 2009'da ortaya çıkmıştır. Diğer yedi ülkeden 20 doğrulama kuruluşu da 2010'da ortaya çıkmış ve Duke Reporters' Lab'ın 2019 tarihli rakamlarına göre 60'tan fazla ülkede kurulan doğrulama girişimlerinin sayısı 200'e yaklaşmıştır[3]. FactCheck.org ve PolitiFact, Güney Amerika, Afrika, Avustralya ve Avrupa'daki doğrulama kuruluşlarına danışmanlık yapmıştır. Doğrulama çabalarının tamamı aynı şekilde işlemese de hepsi, bir gazetecilik hareketinin parçası olarak kendileri dışındaki doğrulama girişimleri ile akraba olduklarını gururla ilan ediyorlar.[4]

Gazetecilikle ilgili başka girişimler de başarı gösterdi. Yenilik, çevrimiçi her ortamda var gibi görünüyor. Mesela bloglar, geniş bir çeşitlilik arz eden özel ilgi / araştırma alanlarının olmazsa olmaz "başvuru" ("*go-to*") siteleri haline geldi. Wall Street Journal'ın, ürettiği tıbbi test cihazlarını tanıtan, gelecek vaat eden Silikon Vadisi şirketiyle ilgili araştırması sırasında, şirketteki muhtemel sahtekârlığa dikkat çeken bir uyarı, Journal muhabiri John Carreyrou için dönüm noktası olmuştu. Uyarıyı yapan, "Pathology Blawg" adlı blogun kurucusu ve yazarı Adam Clapper'dı. Blogdan haberdar olan Carreyrou'nun bu bilgiye güvenmek için nedenleri vardı ve bu, onun sansasyonel ifşaatları ve *Bad Blood* adlı kitabındaki dramatik açıklamalar için ilk adımdı.[5] Ve sonrasında temel haberciliğe ek olarak haberci ve okuyucuyu geri bildirim verme kolaylığı ve rahatlığında, bir araya getiren bütün o çevrimiçi iletişim vardı (kaba, bayağı ve hatta tehditkâr yorum-

---

3 Bir yıl sonra bu sayı, (84 ülkede) 300'e ulaşmıştır. Mark Stencel ve Joel Luther, "Fact-checking count tops 300 for the first time," *Duke Reporters' Lab*, 12 Ekim 2020, https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/ (erişim tarihi: 17.03.2021) (ç.n.)

4 Lucas Graves, "Boundaries Not Drawn: Mapping the Institutional Roots of the Global Fact-Checking Movement," *Journalism Studies* 19, no. 5 (2018), 613–31; Mark Stencel, "Number of Fact-Checking Outlets Surges to 188 in More Than 60 Countries," *Duke Reporters' Lab*, 11 Haziran 2019, https://www.poynter.org/fact-checking/2019/number-of- fact-checking-outlets-surges-to-188-in-more-than-60-countries/; ve Lucas Graves'le kişisel görüşme, 13 Eylül 2019.

5 Carreyrou, *Bad Blood*, s. 223.

ların bu geri bildirimin olumsuz yanı olduğunu da ihmal etmeyelim).

Gazetecilik için benim tahminim ne aydınlık, güneşli bir gün ne de şiddetli sağanak yağış. Ara sıra güneşin başını uzattığı gri bir gökyüzü veya güneş ışığını zaman zaman bölen grilikler görüyorum daha çok. Umut edilebilecek en iyi şey, gazeteciliğin yapabileceği iyiliği önemseyen insanların kararlı ve cesur olmalarıdır. Gazetecilik, siyasi kurumların beceremediği şeyi yapamaz, devlet sansürü veya gözdağı onu engellediğinde görevini yerine getiremez, halkın iyi niyeti olmadan iyi işleyemez. "Sivil toplum"daki özel kuruluşlar onun çabalarını kendi çabalarıyla desteklemez, kendi olgu-tarama işlerini yapmaz, ifade özgürlüğünü ve özgür basını korumaya yönelik yasal çabaları desteklemez ya da bunlara öncülük etmezlerse gazetecilik başarılı olamaz.

Bazı insanların bana, gazeteciliğin bir geleceği olduğunu savunan bir kitap yazmamın sorumsuzluk olacağını söylemeleri şaşırtıcı gelmeyebilir. Ne de olsa bazı naif gençleri, beş, on veya yirmi yıl içinde, yani böyle bir kariyerin artık var olmayacağı bir zamanda, gazetecilik kariyeri hedeflemeye teşvik edebilirim. Ama bunu gerçekçi bulmuyorum. Buradaki sorun, gazetecilik için ekonomik beklentilerin muhteşem olması değil, sahada çalışma keyfinin kimileri için büyük olması ve kimileri içinse tamamen karşı konulamazlığı.

Bu keyfin birden fazla boyutu var. Bunlardan biri, kişinin gazetecilikte kamu yararına büyük bir fark yaratabilmesi ve bunu oldukça genç yaşta yapabilmesidir. Bir Afgan gazetecinin dediği gibi, "Afgan toplumu üzerinde bir etki yaratmak için 40-45 yaşına kadar beklemek zorunda kaldığınız geçmiş zamanlara benzemiyor durum. Bu yeni medya, yeni nesil için bir fırsat sunuyor."[6]

Gazetecilik başka fırsatlar da sağlıyor. Çoğu kimsenin bilmediği şeyleri bilme fırsatı. Her kelimenin önemli olduğunu duyumsama şansı. Alan Rusbridger, *Washington Post*'un genel yayın

6 Brown, *Your Co*untry, Our War, s. 78.

yönetmeni Marty Baron'la yaptığı sohbet sırasında onun her zaman iyimserleri işe almaya çalıştığını söylediğini ve kendisinin de buna katıldığını aktarıyor.[7] Rusbridger ve Baron, bir dava için kendilerini feda etmeye hazır aptalları veya azizleri değil, kendileri gibi bir geleceğe inanan kuruluşlarda çalışıp çaba göstererek ilerleyebilecek insanları arıyorlar.

Birkaç yıl önce medya akademisyenleri Lynn Schofield ve Regina Marchi, genç bir insanın ağzından şunları işitti: "Haberleri takip etmiyorum. Ama Twitter neredeyse haber gibi. Telefonumda var ve telefonum elimdeyse içgüdüsel olarak sürekli bakıyorum. Eğer bir şeyler dönüyorsa, herkes Twitter'da ondan bahsediyor."[8] Twitter, gerçekten de "neredeyse" haber gibi; profesyonel haber ve kişisel dedikodu, yorum, paylaşım ve yaymanın geniş bir şekilde kullanılan bir derlemesi. Burada, Facebook'ta ve diğer sosyal medyada olduğu gibi, "kamusal alan", bir kamusal / özel alan olarak yeniden şekillendirildi. Tıpkı Alman filozof Jürgen Habermas'ın, devletin ya da kilisenin kontrolünde olmayan, insanların enikonu eşit bir şekilde bir araya gelip, genellikle kışkırtıcı gazete haberleri eşliğinde kamusal olayları ve sorunları serbestçe konuştukları özgün bir toplanma alanı olarak ele aldığı kahvehane ve publardaki gibi.[9]

Twitter'ı "kamusal" veya "kamusal / özel" bir alan oluşturmaya yardım eden bir araç gibi görmek, Twitter'ın saygınlığını artırabilir veya on sekizinci yüzyıl Batı Avrupa'sının "kamusal alanı" denilen şeyin kıymetini düşürebilir. Habermas, devlet veya kilise baskısından bağımsız bir kamusal yaşamın var olduğu on sekizinci yüzyıl meyhanelerinde ve kahvehanelerinde neler konuşulduğunu hayal edebilmek için, bir "kamusal alanın" ortaya çıkışı üzerine yazdığı 1962 tarihli çalışmasında, elinden gelenin

---

7 Rusbridger, Break*ing News*, s. 158.

8 Lynn Schofield Clark ve Regina Marchi, *Young People and the Future of News: Social Media and the Rise of Connective Journalism* (Cambridge: Cambridge University Press, 2017), s. 163.

9 Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, çev. Thomas Burger (Cambridge, MA: MIT Press, 1991).

en iyisini yapıyordu. Ancak Habermas'ın kitabından birkaç on yıl sonra tarihçi Robert Darnton, söz konusu kamusal alanlarda yapılan konuşmaları hayal etmek zorunda kalmadı. Darnton, Paris'in barlarına ve kahvehanelerine gizlice kulak misafiri olan kralın gizli polisi tarafından hazırlanmış ayrıntılı raporlar bulmuştu. Biraz ihtiyatla yaklaşmamız gereken polis raporlarına güvenecek olursak, bu sohbetler, kamusal ortamlarda konuşan insanların kralı eleştirmeye istekli olduklarını açıkça ortaya koyuyordu.

Peki ama kral neden dikkatlerin odağındaydı? Seks hayatı yüzünden. Onu parmağında oynatan metresleri yüzünden. Bulunduğu makamın haysiyetini ayaklar altına alacak şekilde sürekli farklı kadınlarla cinsel ilişkiye girdiği için.[10]

250 yıldan fazla bir süre sonra hükümetler hala, biz öğrendiğimizde bir skandal olarak değerlendirilse de, vatandaşları gizlice dinliyor. 250 yıldan fazla bir süre sonra, bir kamusal alan inşa etme çabası, böyle yüce bir hedefi çok önemseyen liberal demokrasilerde bile ne yazık ki yetersiz kalıyor. Bu arada, "hakikat sonrası" çağında yaşadığımızı söyleyenler neredeyse böylesi bir çabadan vazgeçiyor. Birçok gazeteci ve başka meslek gruplarından insanlar gibi pek çok akademisyen de, karmaşık ve insanı sürekli allak bullak eden bir dünyada muhtelif klişelere, memlere ve zekice ifadelere bel bağlıyor. Lakin nerede olduğumuzu ve nereye gitmemiz gerektiğini ciddiyetle ele alan hiç kimse "hakikat-sonrası" klişesini kabul etmez. "Hakikat-sonrası" bir dünyada yaşamıyoruz ve zaten yaşayamazdık da.

John F. Kennedy, 1963'te Dallas, Teksas'ta suikasta kurban gitti. Berlin Duvarı 1989'da yıkıldı ama tam olarak efsanevi olarak hatırlandığı gibi değil. Duvar yıkılırken Doğu Almanya ile Batı Almanya arasındaki uçurum kesin bir şekilde aşıldı ve dünya aslında o zamandan beri farklı bir yer.[11] Kişisel deneyimlerimize dayanan bilgilere sahip olmasak da inandığımız milyonlarca olgu

10 Robert Darnton, "An Early Information Society: News and the Media in Eighteenth-Century Paris," *American Historical Review* 105, no. 1 (2000), 1–35.

11 Julia Sonnevend, *Stories Without Borders: The Berlin Wall and the Making of a Global Iconic Event* (New York: Oxford University Press, 2016).

var. Ve böyle yapmakta çoğunlukla haklıyız. Dünya genellikle böyle işler. İnsanlar karşıdan karşıya kazasız belasız böyle geçer, günlerini böyle geçirirler.

Olası bir "hakikat-sonrası" toplumuna karşı en keskin yorum, bir asır önce Walter Lippmann tarafından basitçe ortaya konmuştu. "Dünyanın hayal edilme şekli, insanların belirli bir anda ne yapacaklarını belirler. Ama neyi elde edeceklerini belirlemez. Başarılarını ve sonuçları değil, çabalarını, duygularını, umutlarını belirler."[12] Brooklyn Köprüsü'nü bir sokak satıcısından satın alabilirsiniz, ama üzgünüz, bu nedenle ona sahip olmayacaksınız. Bir seyyar satıcıdan aldığınız iksirle ölümsüzlüğe kavuşabileceğinizi düşünebilirsiniz. Nihayetinde satıcının vaat ettiği şey budur. Bir üçkâğıtçının geçimini sağlamasına yardım ettiniz, ama yine de vakti gelince öleceksiniz.

Olgular konusunda yanılabilir miyiz? Elbette. Vicdanlı gazeteciler bile olayları yanlış anlayabilir mi? Elbette. Bilim adamları bile yanılabilir mi? Kesinlikle. Bilim, insan yapımı bir kurumdur ve tüm bilimsel üretimlerimizde yanılabiliriz. Bilimi otorite kılan şey, dünyayı daha iyi tanımaya adamış eleştirel düşünürlerden oluşan bir toplulukta bulgularını mütemadiyen keskin eleştirilere tabi kılmasıdır.

Yanılabilirlik bizim göbek adımız. Ama kapımızın önündeki işportacılara veya dolarlarımızı, oylarımızı ya da sadece teslim olmamızı isteyen yüksek memurlara boyun eğmek yerine, olguları araştırıp bulmak ve hatasız biçimde anlatmak için dürüst/özenli/vicdanlı çaba göstermek bir fark yaratır. Gazetecilik dünyasında, dürüst/özenli/vicdanlı çaba dünya çapında daha önemli ve daha sofistike hale geldi. Her ne kadar tehdit altında olsa da, liberal toplumlarda gazetecilik, hem piyasa güçlerine hem de kötü niyetli politikacılara karşı koyma gücünü giderek daha fazla elde ediyor. Gazetecilik bu anlaşılması zor dünyada önemlidir ve bu yüzden de onu destekleyerek bir fark yaratabilirsiniz.

---

12 Walter Lippmann, *Public Opinion* (New York: Macmillan, 1922, 1965), s. 16.

Okuma Önerileri

İletişim çalışmalarının alt alanlarından biri olan "gazetecilik çalışmaları"nın son yirmi yılda hızla büyümesiyle birlikte, gazetecilikle ilgili ve gazetecilikle yakın bağları bulunan başka konularda sayısı giderek artan referans kitaplar çıkmaktadır. Alanın önde gelen kuruluşlarından Uluslararası İletişim Derneği'nin resmi yayınlarından ikisi burada anılmayı hak ediyor: Karin Wahl-Jorgensen ve Thomas Hanitzsch tarafından derlenen *The Handbook of Journalism Studies* (Londra: Routledge, 2019) ve Folker Hanusch ve Tim P.Vos (Oxford: Wiley Online Library, 2019) tarafından derlenen *International Encyclopedia of Journalism Studies*.

Gazetecilikle ilgili iyi düzenlenmiş, üstün nitelikli, dikkate değer makale derlemeleri mevcut. Bunlardan biri, gazetecilik tarihi üzerine Richard R. John ve Jonathan Silberstein-Loeb'in editörlüğünü yaptığı *Making News: The Political Economy of Journalism in Britain and America from the Glorious Revolution to the Internet* (Oxford: Oxford University Press, 2015). Bu derleme, gazetecilik üzerine yapılan tarihsel çalışmalarda pek de alışık olmadığımız bir şekilde, Britanya imparatorluğunun diğer bölgelerindeki gazeteciliğe de bakarak Britanya'yı ve onun Amerikan sömürgelerini ayrıntılı olarak ele alıyor. Bir diğeri ise, Bruce E. Schulman ve Julian E. Zelizer'in editörü olduğu *Media Nation: The Political History of News in Modern America* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2017). James Curran ve David Hesmondhalgh'ın derlediği *Media and Society* (Londra: Bloomsbury Acade-

mic, 2019, 6. Baskı), kapsayıcılık bakımından etkileyici bir şekilde küreseldir ve bazı makaleler özellikle gazeteciliğe adanmışsa da yalnızca bu alanı değil, genel olarak çağdaş "medyayı" ele almaktadır. Bir başka derleme, hem ABD hem de Avrupa örnekleri üzerinden özellikle çağdaş gazetecilikteki krize veya kriz duygusuna odaklanıyor: Jeffrey C. Alexander, Elizabeth Butler Breese ve Maria Luengo, *The Crisis of Journalism Reconsidered* (Cambridge: Cambridge University Press, 2016).

Benim gazeteciliğe bakışım açısından tek başına hesaba katılabilecek en yararlı kavram, "meslek" veya "profesyonellik" tir. Meslek olarak gazetecilikle ilgili şu kaynağa bakabilirsiniz: Silvio Waisbord, *Reinventing Professionalism: Journalism and News in Global Perspective* (Cambridge: Polity, 2013). Ancak Barbie Zelizer'in gazeteciliği karakterize etmek için meslek kavramını kullanmaya ilişkin sıkı eleştirisine de dikkat edin: "Journalists as Interpretive Communities," *Critical Studies in Mass Communication* 10 (1993), 219-37. Zelizer bu makalesinde, gazeteciliğin bir meslek olduğu kadar "yorumlayıcı bir topluluk" olarak da görülmesi gerektiğini savunuyor. Yayınlandıktan 25 yıl sonra bile hala düşünce dolu, hatta etkili bir makale olmaya devam ediyor.

Tüm bu öneriler akademik topluluklar için yazılmıştır. Daha az ürkütücü, özellikle anılar da dâhil olmak üzere genel izleyici kitlesi için özel olarak tasarlanmış çalışmalar da vardır. *Washington Post*'un yayıncısı olarak Katharine Graham'ın uzun görev süresine odaklandığı kendi hayatıyla ilgili anıları bir klasiktir: *Personal History* (New York: Random House, 1997). Daha az bilinen, ancak Washington siyasetini, siyasetçilerini ve gazeteciliği merak edenlerin keyifle okuyabileceği bir eser, Meg Greenfield'ın *Washington* (New York: Public Affairs, 2001) adlı kitabıdır. Şu an okuduğunuz kitapta birkaç kez alıntılanan mükemmel bir eser, Alan Rusbridger'in İngiliz gazeteciliğindeki kariyeriyle ilgili anı kitabıdır: *Breaking News: The Remaking of Journalism and Why It Matters Now* (New York: Farrar Straus Giroux, 2018).

Gazeteciliğin ne olması, etik gazetecilerin haberleri nasıl aktarması ve yazması, haber odasında ve dışarıda nasıl hareket etmeleri gerektiği konusunda bildiğim en iyi çalışma: Bill Kovach ve Tom Rosenstiel, *The Elements of Journalism: What Newspeople should Know and the Public should Expect* (New York: Three Rivers Press, 2014, 3. Baskı). Genel okuyucuya kolaylıkla ulaşabilen bir kitaptır. 2014, dijital saatte uzun zaman önce gibi görünse de ve kuşkusuz kitabın yeniden güncellenmesi gerekse bile, bugün hala gazeteciler için önemli bir eser ve değerli iki Amerikan gazetecinin meslekleri hakkındaki düşüncelerine açılan bir pencere.

GAZETECİLİK
Neden Önemli?
MICHAEL SCHUDSON

"Michael Schudson, günümüzde gazeteciliğin değerine dair titiz, kapsamlı, dengeli, anlam yüklü ve tutkulu bir kitap yazdı. Mutlaka okunmalı."

Pablo Boczkowski, Northwestern Üniversitesi

Bu kitap Schudson'un yıllanmış birikimin bir ürünüdür. Gazeteciliği neden önemsememiz gerektiğine dair özlü, gerçekçi bir metin. Gazeteciliğin önemini açıklamayı ve gelecekte de varlığını sürdürmesini hedefleyen her okulun müfredatında ilk sıraya yerleşecek bir kitap."

Barbie Zelizer, Pensilvanya Üniversitesi

Son yıllarda haber kuruluşlarına yöneltilen eleştirilere ve bu kuruluşların karşılaştıkları birçok zorluğa rağmen gazetecilik önemlidir. Schudson; gazetecilik önemlidir, çünkü her gün içinde yaşadıkları karmaşık ve değişen dünyada insanların yönlerini bulmalarını sağlar, diyor. Gazetecilik önemlidir, çünkü mevcut kamusal sorunlara olgu-merkezli, kanıtlara dayanan bir yaklaşım tarzı önerir. Önemlidir; çünkü güç sahiplerini, özellikle de hükümettekileri düzenli olarak takip eder ve bu kişileri, sorumlusu oldukları tatsız gerçeklerle ilgili yanıt vermeye zorlayabilir. Gazetecilerin yaptığı iş sayesinde yolsuzluk önlenir, akılcı olmayan girişimler durdurulur, kamusal tehlikelerin önüne geçilir.

Bu kitap; gazetecileri, aslında tam olarak ne yaptıkları konusunda derin şekilde düşünmeye davet ediyor. Şüpheci haber izleyicilerini yalnızca medyanın tarafgirliğine değil, aynı zamanda kendi önyargılarına ve bu önyargıların bakış açılarını nasıl çarpıtabileceğine dikkat etmeye de zorluyor. Bu kitap aynı zamanda gazeteciliğin; kelimeleri, resimleri veya sayıları seven hırslı, meraklı genç insanlar için mesleki bir seçenek olması umudunu taşıyor. Kelimeleri, resimleri ve sayıları; kamusal tartışmayı bildik yöntemlerle veya henüz hayal edilemeyen yollarla geliştirmek için kullanmak istiyor.

umagyayin umagduyurutwitter umagvakfi
umagya
um:a
605-7882-70-7
882707