Richard Hayes - Daniel Grossman

BİLİM İNSANININ MEDYA REHBERİ



BİLİM İNSANININ MEDYA REHBERİ
RICHARD HAYES - DANIEL GROSS-

TÜBİTAK
POPÜLER BİLİM KİTAPLARI
2. Basım

"Bilime dayalı teknolojinin mimarlarının medyayla ilişki kurmayı daha önce gerekmediği kadar iyi bilmesi gerekiyor. İşte artık bir rehber kitapları var."

Leon Lederman,

1988 Nobel Fizik Ödülü sahibi

Bilim İnsanının Medya Rehberi

Duyarlı Bilim İnsanları Birliği'nden
Pratik Öğütler

Richard Hayes
Daniel Grossman

TÜBİTAK
POPÜLER BİLİM KİTAPLARI

TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları 327

Bilim İnsanının Medya Rehberi -
Duyarlı Bilim İnsanları Birliği'nden Pratik Öğütler

A Scientist's Guide To Talking With The Media -
Practical Advice from the Union of Concerned Scientists

Richard Hayes
Daniel Grossman

Çeviri: Murat Kayı
Redaksiyon: Ayşe Sarıoğlu

© Union of Concerned Scientists, 2006
© Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, 2008
Türkçe çeviri hakları Rutgers University Press, Piscataway, New Jersey aracılığı ile alınmıştır.

Bu yapıtın bütün hakları saklıdır. Yazılar ve görsel malzemeler, izin alınmadan tümüyle veya kısmen yayımlanamaz.

TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları'nın seçimi ve değerlendirilmesi TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları Yayın Kurulu tarafından yapılmaktadır.

ISBN 978 - 975 - 403 - 531 - 5

1. Basım Ağustos 2010 (7500 adet)
2. Basım Ağustos 2010 (2500 adet)

Yayın Yönetmeni: Adnan Bahadır
Yayıma Hazırlayan: Sevil Kıvan
Kapak Tasarımı ve Sayfa Düzeni: Ayşe Taydaş
Basım İzleme: Yılmaz Özben

TÜBİTAK
Popüler Bilim Kitapları
Atatürk Bulvarı No: 221 Kavaklıdere 06100 Ankara
Tel: (312) 427 06 25 Faks: (312) 427 66 77
e-posta: kitap@tubitak.gov.tr
www.kitap.tubitak.gov.tr

Semih Ofset Matbaacılık Sek. Yay. San. ve Tic. Ltd. Şti.
Büyük Sanayi 1. Cadde No: 74 İskitler Ankara
Tel: (312) 341 40 75 Faks: (312) 341 98 98

Bilim İnsanının Medya Rehberi

Duyarlı Bilim İnsanları Birliği'nden
Pratik Öğütler

Richard Hayes

Daniel Grossman

Çeviri
Murat Kayı

POPÜLER BİLİM KİTAPLARI

İçindekiler

Teşekkür I

Giriş III

I. Bölüm
Konuşmamız Lazım 1

II. Bölüm
En İyisini Bekleyin, En Kötüsüne Hazırlıklı Olun 17

III. Bölüm
Gazeteciler Yaptıklarını Neden Yaparlar 35

IV. Bölüm
Ağzınızdan Çıkanı Kulağınız Duyuyor mu? 57

V. Bölüm
Söyleşiyi Kontrol Altına Almak 79

VI. Bölüm
Muhabirin En Güvenilir Kaynağı: Siz 95

VII. Bölüm
Doğru İletişim Araçlarını Seçmek 117

VIII. Bölüm
Bir Şöhret ve Eylemci Olarak Bilim İnsanı 169

Notlar 191

Dizin 199

Teşekkür

Bu kitap, Duyarlı Bilim İnsanları Birliği'nin yönetici ve çalışanlarının desteği olmadan mümkün olamazdı. Bizim için yaptıklarından dolayı özellikle Suzanne Shaw'a ve bunun için gerekli kaynakları sağlayan Kevin Knobloch'a teşekkür borçluyuz. Katherine Moxhet yorulmak bilmeyen araştırma çabaları ve sürekli güleryüzüyle hayatlarımızı çok kolaylaştırdı. Philip Knowles da çok değerli bir araştırma asistanıydı. Bryan Wadsworth ve Heather Tuttle onları bekleyen başka işler olduğunda bile bazı bölümlerin redaksiyonunu ve düzenlemesini yaparak, kendilerinden beklenenden fazlasını yerine getirdiler. Bilim ve medya ilişkileri konusundaki tüm öngörülerinden dolayı Eileen Quinn, Paul Fein, Eric Young, Luke Warren ve Linda Gunter'e de teşekkürü borç biliyoruz. Taslak metnin bazı bölümlerini bir bilim insanı gözüyle inceleyen Jane Rissler'e ve yardımcı önerileri için Deborah Blum'a şükran borçluyuz.

Bu kitapta ortağımız olarak Rutgers Üniversitesi Yayınları ile yaptığı anlaşma için temsilcimiz Faith Hamlin'e teşekkür ediyoruz. Audra Wolf kadar düşünceli ve titiz bir editöre sahip olduğumuz için de kendimizi şanslı sayıyoruz. Metnin son halinin düzeltmesini yapan Anne Schneider'e ve kitabın son evrelerinde bizlere yol gösteren Beth Kressel ve Nicole Manganaro'ya da ayrıca teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Bizleri sürekli destekleyen ve yüreklendiren eşlerimiz Meghan Hayes ve Sarah Bansen'e ve ailelerimize de sonsuz şükranlarımızı iletiyoruz.

Ve son olarak, uzmanlıklarını ve deneyimlerini bizlerle paylaşan tüm bilim insanlarına, gazetecilere ve iletişim uzmanlarına galaksi boyu bir teşekkür borçluyuz. Bu kitap, bizim olduğu kadar sizlerin de.

Giriş

İşte size habersiz bir sınav. Doğru mu, yanlış mı:

- Dinozorlar ve insanlar hiçbir zaman birlikte yaşamadılar.
- Moleküller elektronlardan daha büyüktür.
- Lazerler ışık dalgalarını odaklayarak çalışır.
- Dünya Güneş'in etrafındaki dönüşünü bir yılda tamamlar.
- Antibiyotikler virüsleri öldüremezler.

Bilim insanları bu ifadelerin tümünün doğru olduğunu bilebilirler ama, bu ne yazık ki Amerikalıların tümü için doğru değildir. Hatta, bu önermelerin her biri hakkında Ulusal Bilim Vakfı'nın 2001 yılında yaptığı bir ankete katılan erişkinlerin yaklaşık yarısı yanlış yanıt vermişlerdi.[1] Bu federal kurumun halkın bilim ve teknoloji anlayışı ve bunlara yaklaşımı hakkında iki yılda bir yayımladığı rapor, ABD halkının sadece temel bilimsel olgular

hakkında yanlış bilgilere sahip olmakla kalmayıp, yaklaşık üçte ikisinin bilimin nasıl çalıştığı hakkında gerçek bir fikirleri olmadığını da açıkça ortaya koymuştu.[2]

Dolayısıyla, Amerikalıların hatırı sayılır bir bölümünün hayaletlerin varlığı, telepatik iletişim ve bunlar gibi konular hakkında sözde-bilimsel savları yani, bilimsel bir dille sunulan, ancak kanıtlardan ve inandırıcılıktan yoksun ifadeleri kabullenmeleri kolaylıkla anlaşılabilir.[3] Örneğin, Amerikalıların dörtte birinden fazlası astrolojinin temel önerisi olan, yıldızların ve gezegenlerin konumlarının kişinin yaşamını etkilediğine inanmaktadır.[4] Ulusal Bilim Vakfı'na göre, bunun gibi "normalötesi" olaylara olan inanç giderek artış göstermektedir.

Amerikalıların temel bilimsel ve teknolojik ilkelerden habersiz oldukları görüşünü destekleyen başka çalışmalar da vardır. Örneğin, Ulusal Çevre Eğitim ve Öğretim Vakfı ile Roper Araştırma Kurumu tarafından ABD'deki enerji üretimi ve kullanımı hakkında yapılan çok temel düzeyde bir sınavda Amerikalıların sadece % 12'si başarılı olabilmişti.[5] Uluslararası Teknoloji Eğitim Kurumu tarafından sorgulanan Amerikalıların ise ancak yarısı bir telefonun sesi bir yerden diğerine nasıl naklettiğini biliyordu.

Bu belki de çok şaşırtıcı gelmemeli, çünkü biz tür olarak, ateş yakmak için dalları birbirine sürtmek zorunda kalmayalım diye, teknolojinin ayrıntılarını hep uzmanlara bırakmışızdır. Albert Einstein daha 1936'da şöyle demişti: "Sokaktaki yüz kişiye bir telefon cihazının ya da bir radyonun içinde gerçekten neler olduğunu ve geceleri odalarını aydınlatan elektrik akımının nasıl üretildiğini sorun. O zaman çoğunun, onlara teslim edilen şeylerin dünyasında bir yabancı gibi yaşadıklarını göreceksiniz."[6] Ya da, Ulusal Araştırma Kurulu'nun bu konudaki bir raporunda vardığı şu sonuç gibi, "Bir toplum olarak, her gün kullandığımız teknolojilerin farkında olmadığımız gibi, bunlara aşina da değiliz. Kısacası, 'teknolojide okuryazar' değiliz."[7]

Bu, bilim insanları için yeni bir şey olmasa da, araştırma ya da fikirlerini halka iletmek isteyen bilim insanları için ciddiye alı-

nacak bir gerçek. Bunun aynı zamanda, kamu politikaları sağlam bir deneysel temele oturtulmak isteniyorsa, çıkarsamaları da vardır: Enfeksiyonların tedavisi konusundaki en temel gerçekler bile yanlış anlaşılıyorsa, örneğin biyolojik savaş tehdidi ve buna karşı korunma yöntemleri hakkında bilinçli bir tartışma yapılabilir mi? Seçmenlerin azımsanmayacak bir bölümü uzayda Dünya ile Güneş arasındaki ilişkiyi anlamıyorsa, küresel ısınmanın nasıl durdurulacağı konusunda bir fikir birliğine varılabilir mi?

Bu kitabın amacı Amerikan halkını bilimsel düşüncenin ilkeleri, bilimsel anlayışın temel gerçekleri, ya da teknolojinin temel ilkeleri hakkında eğitmeye yardımcı olmak değildir. Bu, birden fazla grubun özverili çabalarını gerektirecek uzun vadeli bir hedeftir. Ama, bilimsel buluşların ve ilgili etkinliklerin değerini bilmek için insanların gerçekten de her şeyin nasıl çalıştığını öğrenmelerine gerek var mı? Tabii ki hayır. Örneğin, Amerikalılar bir telefonun içinde ne olduğunu tam olarak anlamasalar da, telefonla konuşmanın değerini anlıyorlar. İnanıyoruz ki halk, bilim ve teknolojinin nasıl çalıştığını anlamasa bile, bilim ve teknolojideki son gelişmelerin insanlar, işleri, ya da doğal dünya için ne anlam ifade ettiğini bilmek istiyor. Dolayısıyla, bilim insanları ve diğer araştırmacılar sadece doğruları değil, aynı zamanda bilim ve teknolojinin *değerini* de iletmekte önemli bir rol oynayabilirler.

Bu kitap özellikle, bilim insanlarının, bilimsel araştırmalar ve bilimsel düşünce hakkındaki bilinci yaygınlaştırmak için medyayı nasıl kullanabileceklerine odaklanıyor. ABD'deki yetişkinlerin giderek daha çoğu yeni önerilen kuramlar, yeni bulunan olgular ve mevcut bilgiden medya vasıtasıyla haberdar oluyorlar. Bir tahmine göre, çocuklar çevreyle ilgili bilgilerinin % 83'ünü medya yoluyla ediniyorlar.[8] Bilim insanları bile, bilimsel gelişmeleri –kendi alanları da dahil olmak üzere– gazetelerden, radyodan ve televizyondan (ve gittikçe artan bir derecede, İnternet haber sitelerinden) öğreniyorlar. Minnesota Üniversitesi'nin Twin Cities yerleşkesinde çevrebilimci olan Lee Frelich medyanın neden bu kadar önemli olduğunu, yazılı, sözlü ve görsel ba-

sınla olan sıkı ilişkisinden bahsederken, şu sözlerle özetlemişti: "Üniversite sınıflarında ya da bilimsel toplantılarda erişebileceğimden daha fazla insana erişebiliyorum." Frelich, yayılmacı solucanların ekolojik etkileri, bakir ve yeniden-yetişmiş ormanların farklılıkları ve diğer ekolojik konularda *National Geographic, The Wall Street Journal*, CBS Televizyonu ve daha düzinelerce ulusal ve yerel gazete, dergi ve televizyon programı için kendisiyle altmış veya yetmiş kez söyleşi yapıldığını tahmin ediyor.

Medya, küçük ama sürekli bir bilim haberleri akışı sağlayan bir çeşit bilgi mekanizması, sözleri tırnak içinde verilen, radyo-televizyonlarda kısa açıklamaları yer alan veya perde arkasında çok önemli bilgi kaynakları olarak beliren bilim insanları da onun yakıtıdır. Ama ya yakıt borusu tıkanırsa? Bir elektrik kesintisi sırasındaki elektrik şebekeleri gibi, bu kamu hizmeti de kapanır ve halk karanlıkta kalırdı. Haber sektöründe değişen öncelikler, bilim haberlerine ayrılan yer ve zaman ile bütçeleri kısıtladıkça, bugün olan da kısmen budur. Bilim insanları seslerini duyurmak için çabalarını ikiye katlamak zorundadırlar ama şu ana kadar bunu yapmış değiller. Aramızdan ayrılmış olan matematikçi ve hümanist Jacob Bronowski bu durumu herhalde kaygıyla karşılardı. Çünkü, bilimsel okuryazarlığı acil bir gereksinim olarak tanımlayan Bronowski şöyle yazmıştı: "Bugünün dünyası bilim tarafından oluşturulmuştur ve gücünü bilimden almaktadır. Kişinin bilim merakından vazgeçmesi, göz göre göre köleliğe doğru yürümesidir."[9]

Sorun bir ölçüde, pek çok bilim insanının iletişimci rolünde kendisini rahat hissetmiyor olmasıdır. Birçok bilim insanı gazetecilerle konuşmak konusunda bile isteksizdir. II. Bölüm'de, bunun nedenlerini ayrıntılı bir biçimde tartışacağız. En belirgin neden, ihtiyattır. Bir bilim insanı medyada belirdiği her an, zor elde edilmiş bir saygınlığı da riske atmaktadır. Bilimsel saygınlık yıllar süren yavaş ve dikkatli bir süreç sonunda kazanılır. Kötü gazete makaleleri ya da televizyon programları bu saygınlığa gölge düşürebilir. İhtiyat, bilim insanlarına çok fazla ilgi oda-

ğı olmamalarını söyler. Ama fazla utangaç da olamazsınız; araştırmalarınız ve bilginiz, yalnızca iş arkadaşlarınızla paylaşılmayacak kadar önemlidir. Her söyleşi, her basın bülteni, her fotoğraf çekimi rüzgârda savrulup yavaş yavaş kum tepelerine dönüşen kum tanecikleri gibi, yetişkinler için giderek bilimsel anlayışı destekleyen bir ilkeler ve gerçekler temeli oluşturan bir eğitim eylemidir. Bilim insanları ne düşündüklerini açıkça söylemelidirler.

Bilim İnsanının Medya Rehberi de işte tam bu noktada devreye giriyor. Bu kitap uygulamacı bir bilim insanı olarak sizin için yazılmıştır; ki bize göre bu tanım akademik ortamda, özel sektörde, kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda ve devlette çalışan sosyal bilim insanlarını, araştırmacı bilim insanlarını, tıp profesyonellerini ve mühendisleri de kapsamaktadır. Tabii, sadece onların değil, gazetecilik ve fen eğitimi alan öğrenciler, her türden akademik personel, enformasyon görevlileri ve muhabirler gibi başkalarının da bu kitabı yararlı bulacaklarını umuyoruz. Medya ile konuşurken nelerin sonuç verip, nelerin işe yaramadığını anlamak için ABD'de yüzlerce bilim insanı ile görüştük. Düzinelerle bilim insanı ve gazeteci ile çok ayrıntılı söyleşiler yaptık. Onların bizimle paylaştıkları tüm öyküleri kitaba almak olası değildi; onun için diğerlerinin deneyimlerini de yansıttığını düşündüklerimizi, veya önemli bir noktayı çok iyi betimleyenleri seçtik. Bu kitabın içeriğini biçimlendirenler, bilim-medya ilişkileri uzmanı Richard Hayes'in ve bilim muhabiri Daniel Grossman'ınkilerin yanı sıra, işte bu kişisel deneyimler ve öğütlerdir.

Temel amacımız size, medya konusunda en doğru kararları vermeniz için ihtiyacınız olan araç ve bilgileri sağlamaktır. Sadece yaptıklarınızın ya da görüşlerinizin medyada yer alma olasılığını yükseltmekle kalmayıp, aynı zamanda bu haberlerin içerik ve verdiği bilgiler açısından doğru olmaları şansını da arttıracak kararlar. Önerilerimiz hem bilim insanlarının, hem de gazetecilerin gereksinim ve kısıtlarına uygun olarak seçilmiştir. Örneğin, gazetecilerle etkin olarak iletişim kurmanın en sık rastlanan engellerinden birinin, onların çalışma yöntemlerinin tam ola-

rak anlaşılmamasından kaynaklandığını fark ettik. Medya kendi içinde, her birinin kendine özgü özellikleri olan birçok farklı sektör barındırır –gazeteler, dergiler, televizyon, radyo, İnternet gibi. Bilim insanları haberlerin nasıl üretildiği ve haberleri toplayanların üzerlerindeki baskılar hakkında daha iyi bir fikir sahibi olurlarsa, düşüncelerini gazetecilerin istediklerini de sağlayacak bir biçimde iletme şansları da artacaktır.

Etkili iletişim hem güncel haberlerin düzgün bir biçimde verilmesi olasılığını arttırır, hem de sizi, işi yoğun gazetecinin ileride aramak isteyeceği değerli bir kaynak haline getirebilir. III. Bölüm'de, gazetecilerin bilimsel konulara nasıl yaklaştıklarını ve işlerinin, hem kurumları içindeki hem de sokaktaki çeşitli güçlerden dolayı nasıl her zamankinden daha da güçleştiğini açıklayarak, yardımcı olmaya çalışıyoruz.

Verdiğimiz öğütler, medya ile daha önce çalışmaya alışık olduğunuzdan daha farklı bir biçimde çalışınanızı gerektirebilir (eğer bundan önce gazetecilerle çalıştıysanız). Ama şu konuda da yanlış anlaşılmak istemiyoruz: Kendinizi, olmadığınız bir şeye dönüştürmenizi önermiyoruz. Yaptıklarınızın ve genel olarak bilimin medyada daha sık ve iyi bir biçimde yer almalarını sağlamak sizi, medyaya egemen olan politikacı, artist ya da sporcu gibi kişilerin benzerlerine dönüştürmek anlamına gelmez. Bilim insanlarını tek bir homojen grup içine sokan o tatsız örneklere rağmen, biz sizlerin farklılıklara sahip kişiler olduğunuzun bilincindeyiz. Bazı bilim insanları dışadönük ve girginken, bazıları içedönük ve toplum içinde konuşmaktan çekinen kişilerdir. Geri kalanı bu ikisinin arasında bir yerdedir. Bilime yabancı kişilerle yaptıklarınız hakkında konuşmakta rahat olsanız da olmasanız da, bizim öğütlerimiz sizi bir bilim insanı yapan temel ilkelere dayanmaktadır: entelektüel dürüstlük, açık sözlülük ve kararlılık.

Daha etkin iletişim kurabilmek için araştırınanızı medyanın kullanabileceği ve halkın da anlayabileceği bir biçimde sunmalısınız. IV. Bölüm'de, gazetecilerin hata yapmamalarını sağlamak için, bilim insanlarının mesajlarını neden birkaç temel noktaya

indirgemeleri gerektiğini anlatıyoruz. Anlatmak istediklerinizi, fazla basite kaçmadan da sadeleştirmek olasıdır ve bu bölüm, temaları ve tartışma konularını kısa ve öz açıklamalara nasıl dönüştürebileceğinizi göstermektedir.

V. Bölüm'de ise, bir söyleşinin gidişini nasıl yönetebileceğinizi ve "hedef üzerinde" nasıl kalabileceğinizi anlatıyoruz. Öğütlerimizin bir kısmı tüm medya için geçerli. Diğer örneklerde ise radyo, televizyon ve yazılı medya gibi belli başlı medya türlerinin her biri için ayrı ayrı geçerli olan teknikleri ele alıyoruz. Gazetecilerden, halkla ilişkiler uzmanlarından ve diğer bilim insanlarından alınmış ipuçları veriyoruz, söylemek istediklerimizi örnek olaylarla açıklıyoruz ve sık yapılan hataları vurguluyoruz. Hatta iyice ayrıntıya girip, bir televizyon programına katıldığınız zaman ne giymeniz gerektiğini bilmeniz için, pratik moda önerilerinde bile bulunuyoruz.

Gençler, biriyle çıkmaya başlamadan önce, nasıl flört edileceğini öğrenmek gerektiğini bilirler. Aynı şekilde, gazetecilerle konuşmadan önce de onların ilgisini nasıl çekeceğinizi bilmelisiniz. VI. Bölüm'de, gazeteciler için nasıl güvenilir bir kaynak haline gelebileceğinizi ve VII. Bölüm'de de medyanın ilgisini kendinize ve yaptıklarınıza çekmek için ihtiyacınız olacak araçları tanıtıp, bu araçları etkin olarak nasıl kullanabileceğinizi gösteriyoruz. Bir basın bülteninin nasıl hazırlanması gerektiğini, bir gazetede yayımlanma şansı yüksek olan bir makalenin nasıl yazılacağını, editöre gönderilen iyi yazılmış bir mektubun neden büyük olasılıkla sizin tahmin ettiğinizden daha etkili olduğunu açıklayıp, araştırma ve düşüncelerinizi medya yoluyla halka ulaştırmanın daha birçok yolundan söz ediyoruz.

Ve sonunda VIII. Bölüm'de medyada, özellikle hükümet politikaları gibi geniş kitleleri ilgilendiren konularda açık sözlü olmanın avantaj ve dezavantajlarını ele alıyoruz. Bugün ABD'de, gayriresmi kamu bilim danışmanı veya yorumcusu olarak görev yapıp, önemli toplantılarda ve ulusal haber programlarında çeşitli teknik konularda konuşan bilim insanının sayısı oldukça azdır. Artık aramızdan ayrılmış olan, astronomi ve uzay araştırma-

larının resmiyetten uzak davranışlı elçisi Carl Sagan, bir kuşak boyunca ABD'nin en tanınmış bilim insanlarından biriydi. Sagan, sadece astronomiyi ve dünyadışı zekâ araştırmasını popülerleştirmekle ve desteklemekle kalmadı, aynı zamanda bilimin kendisinin savunucularından da biri haline geldi. Bilim dünyasında, onun medyada sık sık görünmesine karşı çıkan birçok kişi oldu ama Sagan'ın onlara yanıtı, daha fazla bilim insanını kendisine katılmaya çağırmak oldu: "Sonuçta göz önünde sadece birkaç bilim insanı olacaksa, bu iyi bir şey değil; ama hiç olmamasından daha iyidir." Bizler de, bugün aktif çalışan birkaç "göz önünde" bilim insanının öykülerini vurgulayıp, hem karşılaştıkları güçlükleri, hem de eriştikleri doyumu gösteriyoruz.

Ama önce, I. Bölüm'de, bilim insanlarının neden medyayla konuşmaları gerektiğini ele alalım.

I. Bölüm

Konuşmamız Lazım

Hatırımız için, bir an sorunlu evliliklerini kurtarmaya çalışan bir çifti hayal edin. İkisi bir odada, ilişkileri her gündeme geldiğinde sürekli olarak tartıştıkları şeyleri yineliyorlar.

Adam: "Sana bir türlü ulaşamıyorum."

Kadın: "Deniyorum ama beni anlamıyor gibisin."

Adam: "Bir de anlaşılır bir dilde konuşsan."

Kadın: "Her şeyi en basite indirgememi bekliyorsun."

Şimdi, zihninizde "adam"ı bir gazeteci, "kadın"ı da bir bilim insanı yapın. Bilim eğitimi almış insanlar ile edebiyat eğitimi almış insanların farklı diller konuştukları kavramı 1959'da, bilim insanı ve yazar C. P. Snow'un "İki Kültür ve Bilimsel Devrim"* adlı konuşmasında son derece net bir biçimde ortaya konulmuş-

* Konuşma metni daha sonra bir kitap halinde yayımlanmıştır. Türkçe baskısı *İki Kültür*, TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları 157, Çeviren: Tuncay Birkan, 2001

tu. Snow'un, bilim insanları ve hümanistleri ayıran zihinsel bir fay hattı olduğuna dair tartışmalı savı, sonu gelmeyen çekişmelere neden olmuştur. Bu doğru bile olsa, (Snow'un kendi özgeçmişinden de görülebileceği gibi) varsayılan kültürlere ait her bireye uygulanamayacağı açıktır. Ne var ki Snow'un savını dikkate almak için de yeteri kadar –ve bir kısmı sağlam araştırmaya dayalı– destekleyici kanıt bulunmaktadır. Bundan kazanılacak anlayış, tamamen farklılaşmış olmasa da en azından birbirlerine yabancılaşmış bilim ve gazetecilik kültürleri arasındaki ilişkilerin düzelmesine yardımcı olabilir.

Basit Bir Yanlış Anlama

Dr. Teresa Schrader'in *New England Journal of Medicine*'da editör olduğu 2003 yılında yaptığı bir araştırmaya katılan doktorlar haberlerde yer alan tıbbi bilgilerin kalitesinden memnun olmadıklarını belirtmişlerdi. Araştırmaya katılan 408 doktorun % 80'i medyadaki sağlık haberlerinin "orta"dan daha iyi olmadığını, daha da fazlası bunların, "hastaları yanıltıp, kafalarını karıştırdığını ya da karar verme süreçlerini aksattığını" söylemişlerdi. Duyarlı Bilim İnsanları Birliği tarafından 2004 yılında e-posta ile yapılan bir ankete yanıt veren bilim insanlarının % 90'ı medyada yer alan bilimle ilgili haberlerin yeterli olmadığını söylemişlerdi. Yarısından fazlası ise, medya ile zor ya da hayal kırıklığı yaratan deneyimler yaşamış olduklarını belirtmişlerdi.[1]

Bu bulgular, Vanderbilt Üniversitesi'nde First Amendment Center tarafından 1997'de yapılmış olan ve bilim insanları ve gazeteciler arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.[2] Yazarlar Jim Hartz (deneyimli bir bilim muhabiri) ve Rick Chappell (NASA'da çalışan bir bilim insanı) bu iki meslek arasındaki çekişmeden o kadar rahatsız olmuşlardı ki, raporlarına *Ayrı Dünyalar* başlığını koydular. Hartz ve Chappell raporlarında, kısmen bu çalışma için yapılan bir kamuoyu anketine dayanarak, "İngilizce konuşmayan bilim insanları ile bilim dili konuşmayan gazeteciler" arasında bir "uçurum" olduğunu belirttiler. [3]

Örneğin, araştırma için görüşülen gazetecilerin % 85'i bilim insanlarını "biraz erişilebilir" ya da "hiç erişilmez" olarak tanımladılar. Yüzde 62'si bilim insanları hakkında "o kadar entelektüel ve kendi jargonlarına o kadar gömülmüşler ki, ne gazetecilerle ne de halk ile iletişime geçebiliyorlar" gibi oldukça sert bir ifadeye katıldıklarını söylediler. Uçurumun diğer tarafında ise, bilim insanlarının % 90'ından fazlası medyada sadece birkaç kişinin bilimin ve teknolojinin doğasını anlayabildiklerini öne sürdü. Yüzde 66'sı, basın mensuplarının çoğunun bilimsel sonuçları yorumlamak konusunda en ufak bir fikirleri olmadığını, % 69'u ise gazetecilerin çoğunun bilimsel yöntemlerin nasıl yorumlanacağı konusunda hiçbir fikre sahip olmadıklarını söylediler.[4] Hartz ve Chappell daha da ileri giderek, bilimi yaratanlar ile onu halka açıklayanlar arasındaki bu uçurumun, "Amerika'nın geleceğini tehdit ettiği" uyarısında bulundular.

Hartz ve Chappell'in bulguları, bilim insanlarının İngiltere'de, dünyanın en büyük tıbbi araştırma bağışçısı Wellcome Vakfı için yapmış oldukları bir çalışmanın sonuçlarıyla da benzerlik gösteriyor.[5] Üniversite ve kamu araştırma enstitülerinden rastgele seçilmiş 1652 bilim insanı ile yüz yüze yapılan görüşmeler, bunların sadece % 6'sının ulusal gazeteler için çalışan gazetecilere, "bilimsel gerçekler hakkında doğru bilgi verecekleri" konusunda güvendiklerini gösterdi. Televizyon haberleri için ortaya çıkan sayı ise biraz daha iyiydi: % 11.[6]

Bazı bilimsel iletişim araştırmacıları, Hartz ve Chappell'in bilim insanları ile muhabirler arasındaki gerginliği abarttıklarını söylüyorlar. Öncelikle, bu rapor için görüşülen "gazetecilerin" % 77'si aslında, bilim insanları ile laboratuvarlarda yüz yüze görüşen ve dolayısıyla daha olumlu görüşlere sahip olmaları olası muhabirler değil, yazı işleri yöneticileri idi. Daha önce bilim muhabiri olan gazetecilik profesörü Sharon Dunwoody, Hartz ve Chappell'in bilim insanları ile gazeteciler arasındaki ilişkinin değişmekte olup olmadığını göz önüne almayı ihmal ettiklerini de söylüyor. Bu etkileşimleri 1978'den beri incelemekte olan Dunwoody, araştırmalarına başladığı döneme oranla bugün, bilim

insanlarının medya hakkında daha bilgili ve dolayısıyla, medya ya karşı daha hoşgörülü olduklarını fark etmiş. "Medya süreçleri hakkında son derece bilgililer," diyor Dunwoody. Biyoloji doktorasını 1986 yılında almış olan Lee Frelich, kendi öğrencilik yıllarında basında yer almanın "uygun karşılanmadığını," ancak bunun, "bugün artık değiştiğini," söylüyor. Ulusal Bilim Yazarları Derneği başkanı ve Wisconsin-Madison Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü Deborah Blum da aynı kanıda. "Bir zamanlar olduğumuz gibi, 'ayrı dünyaların insanları' mıyız?" diye soruyor Blum. Yanıt: "Hayır."

Ayrı Dünyalar raporundaki metodoloji kusurlarına ve abartmalara rağmen Blum, Dunwoody ve daha birçok gözlemci bir "kültür çatışmasının" bilim haberciliğinin kalitesini düşürdüğü ve halkın bilim anlayışını (ve desteğini) olumsuz etkilediği konusunda hemfikirler. Karşılıklı kuşku ve sakınganlık, bilim insanları ile gazetecilerin daha sağlam ve güvene dayalı ilişkiler geliştirmelerine engel oluyor. Dolayısıyla, bu "evlilik" her ne kadar oldukça gergin ve sorunlu da olsa, boşanma diye bir seçenek yok. Çünkü ABD halkı bilim hakkındaki yeni buluşları öğrenmek ve eski bilgilerini pekiştirmek için bilim insanları ile gazetecilerin ortak çabalarına güvenmektedir.

Bir evlilik danışmanının da sorunlu bir ilişki hakkında söyleyeceği gibi sorun, tarafların farklılıklarını anlamak –ve kabullenmek– çabalarıyla kısmen giderilebilir. Örneğin, zaman kısıtlaması altında haber hazırlamanın ya da "garip" konular hakkında birkaç saat ya da en fazla birkaç gün içinde bilgi sahibi olmaya çalışmanın içerdiği zorlukları dikkate alan bir bilim insanı, gazetecilerin karşı karşıya oldukları zor duruma daha anlayışla yaklaşacaktır. Aynı şekilde, bilim insanlarının sayısal doğruluğa ve teknik sözcüklerin doğru anlamları ile kullanımlarına (ve herhangi bir belirsizliğin neden olabileceği profesyonel risklere) karşı gösterdikleri duyarlığı dikkate alan gazeteciler de, söyleşilerde teknik dil kullanmakta ısrar eden bilim insanlarına karşı daha anlayışlı olacaklardır. Verilen bir miktar burs ile bu iki meslek grubu arasındaki anlaşmazlığı gidermek amaçlanmakta-

dır. Örneğin, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'ndeki (MIT) Knight Bilim Muhabirliği Bursu kariyerlerinin "ortasındaki" gazetecilere bilim yazarlığı becerisi üzerine bir ders yılı boyunca seminerler verip laboratuvar gezileri düzenliyor ve zaman baskısı olmadan, onların bilim insanları ile yakınlaşmalarına olanak sağlayıp, hem giriş hem de ileri düzeyde fen derslerini izlemelerine olanak veriyor. Boulder Colorado Üniversitesi'nin verdiği Ted Scripps Çevre Haberciliği Bursları da (yazarlardan Daniel Grossman bu burstan yararlanmıştır) buna benzer başka bir program.

Deborah Blum'a göre sorun gazetecilerin bilimin kurallarını anlamamalarından çok, bilim insanlarının bir gazeteci olmanın ne demek olduğu konusunda karanlıkta kalmış olmaları. *Sacramento Bee* gazetesinde yaklaşık 20 yıl boyunca bilim yazarlığı yapmış ve bu arada bir de Pulitzer Ödülü kazanmış olan Blum, kendisinin ve arkadaşlarının araştırma merkezlerini ve laboratuvarları sık sık ziyaret etmelerine karşın, haber merkezlerinde bir bilim insanı görmenin ender rastlanan bir durum olduğunu söylüyor. "Eğer benim onlarla geçirmiş olduğum toplam zamanla, onların benimle geçirmiş oldukları toplam zamanı karşılaştıracak olsam, kıyas kabul etmez," diyor Blum. Hiç kimse, bilim insanları ile gazetecilerin, birbirlerinin iş yerlerinde aynı miktarda zaman geçirmeleri gerektiğini söylemiyor. Ama yine de, arada bariz bir dengesizlik var. Amerikan Bilim Geliştirme Derneği bu durumu dengelemek amacıyla ufak bir girişimde bulundu. 1975 yılından bu yana, fen ve mühendislik lisansüstü öğrencileri ile doktora araştırınacılarına aralarında National Public Radio, *Los Angeles Times* gazetesi ve *Scientific American* dergisinin de bulunduğu önemli medya kuruluşlarında yaz bursları sağlıyor. Stanford Üniversitesi'ndeki Aldo Leopold Liderlik Programı her yıl yirmi kadar bilim insanına iki haftalık bir medya eğitimi veriyor. Diğer bilimsel derneklerin yanı sıra, Amerikan Bilim Geliştirme Derneği ve Amerikan Jeofizikçiler Birliği bilim ve bilimin politikalara etkisi konusunda halkı bilinçlendirme yönünde katkı yapan üyelerini her yıl ödüllendiriyorlar.

İngiltere'deki bilimsel kurumlar da, bilim insanlarının medyayı anlamalarına ve iletişim becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmak için çaba gösteriyorlar.[7] Wellcome Vakfı'nın sözünü ettiğimiz çalışması İngiliz bilim insanlarının, halkın onlar hakkındaki düşüncelerinin o kadar da iyi olmadığına inandıklarını gösteriyordu ki, İngiliz bilim insanlarının medya ile olan ilişkilerini iyileştirmeleri gerektiğini düşünmelerinin nedenlerinden biri de kuşkusuz buydu. Çalışma, görüşülen bilim insanlarının % 44'ünün, kendilerini "sorumlu" olarak gördüklerini, ancak sadece % 9'unun halkın onları sorumlu gördüğünü düşündüklerini ortaya koydu – % 35'lik bir "algı açığı". Yüzde 32'lik benzer bir açık da, mesleklerini dürüst olarak tanımlayan bilim insanlarının sayısı ile, halkın da aynı fikirde olduğunu düşünenlerin sayısı arasında bulundu.

İngiliz Bilim Geliştirme Derneği, daha iyi iletişim kurabilmeleri için bilim insanlarına yardımcı olmaya çalışıyor. Bilim iletişiminde öne çıkan araştırmacıları ödüllendirmek için her yıl, aralarında genç bir bilim insanı tarafından yazılan bilimle ilgili en iyi makaleye verilen bir ödülün ve "araştırmalarını genel bir dinleyici kitlesine en iyi iletme" başarısını gösteren beş genç bilim insanının konuşmacı olarak davet edildikleri bir dizi önemli konferansın da yer aldığı yarışmalar düzenliyor.

Ayrıca dernek, 1987'den bu yana her yıl on kadar bilim insanını kısa vadeli gazetecilik bursları ile İngiliz medya kuruluşlarına gönderiyor. Bu programın, çatışan kültürler arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesinde yararlı olup olmadığını belirlemek için, dernek 2004 yılında eski bursiyerleri arasında bir araştırma yaptı.[8] Araştırmaya katılan yetmiş kişinin (eski bursiyerlerin yaklaşık yarısı) sadece % 30'u, program öncesi bilim muhabirlerine yaklaşımlarının "genelde olumlu" olduğunu belirttiler (kalanların yaklaşımları "genelde olumsuz" ya da "tarafsız" idi). Program sonrası ise, % 77'si daha olumlu yaklaşıyordu (görüşleri değişmeyen eski bursiyerlerin çoğu, zaten başta olumlu görüş belirtmişlerdi). Bu değerlendirmenin bir parçası olarak yürütülen bir odak grubu, bilim muhabirleri ile ilgili olumsuz görüşlerin en

azından bir kısım bilim insanının deneyimlerine değil de, meslektaşlarının ikinci el görüşlerine dayalı olduğunu gösterdi. Yanıt verenlerin dörtte üçü, bu programda kazanmış oldukları beceri ve deneyimleri meslektaşlarına konferanslar, yazılı öneriler ya da benzer bir biçimde iletmişlerdi. Böyle bulgular, taraflar arasındaki ayrımı gidermeye çalışan programların geleceği hakkında ümit veriyor. Aynı zamanda, gazetecilerle daha fazla ilişkide bulunan bilim insanlarının gerek gazetecilere, gerekse gazeteciliğe daha olumlu yaklaştıkları yargısına varan Sharon Dunwoody'nin araştırma sonuçlarını da destekliyorlar.

Newcastle Upon Tyne Üniversitesi'nde beyin üzerine çalışan bir bilim insanı ve İngiliz Bilim Geliştirme Derneği'nin 1994 Medya Bursiyeri olan Andrew Derrington'un yaşadıkları, bu yaklaşımın etkinliğini ortaya koyuyor. Derrington *Financial Times of London* gazetesinde bilim yazıları yazmak için bir yaz bursu kazanmış ve bu işbirliği o kadar verimli olmuştu ki, gazetede beş yıl boyunca bir bilim köşesi yazmış ve sonunda gazetecilere daha çok saygı duyar olmuştu. İlk haber görevinde, söyleşi yapmayı ümit ettiği bir bilim insanının sekreteri ona, talebini yazılı iletirse, araştırmacının gelecek üç hafta içinde bir zaman ayırabileceğini söylemişti. "Sadece beş dakika istemiştim," diyor bu terslenmenin acısını hâlâ unutamayan Derrington. Sayfada ayrılan yer ve zaman kısıtları göz önüne alınınca, gazetecilerin genelde iyi iş çıkarttıkları sonucuna vardığını söylemeyi de ihmal etmiyor. Gazetecilerin haber kalitesinden şikâyetçi olan bilim insanlarına da şöyle sesleniyor: "Eğer araştırmanızı 10 sözcük ile anlatmak zorunda kalsaydınız, bir muhabirden daha doğru söyleyebilir miydiniz?"

Klişelerin Ardındaki Gerçekler

Ne yazık ki, İngiliz ve Amerikan medya bursları gibi programlar her yıl sadece az sayıda bilim insanına yardımcı oluyorlar. Üstelik bilim insanları ile gazeteciler arasındaki gergin ilişkiler genelde yalnızca basit bir yanlış anlamanın ürünü değiller. Bazı bilim muhabirlerinin aslında yanlış bilgilendirildikleri

ve bazı bilim insanlarının da gerçekten bilimsel jargondan arınmış bir dille konuşmakta zorluk çektiklerini gösteren kanıtlar var. Örneğin, *Ayrı Dünyalar* araştırması, çoğu gazetecinin kendi meslektaşlarının genelde bilimsel yöntemin nasıl işlediği hakkında bilgisiz olduklarını düşündüklerini gösterdi. Aynı şekilde, rapor, bilim insanlarının % 70'ten fazlasının meslektaşlarının basit bir dille iletişim kurmakta zorlandığını da kabul ettiklerini ortaya çıkarttı.

Bazı iletişim araştırmacıları, gazetecilerin gerçekten ne kadar iyi (ya da kötü) olduklarını ortaya koymaya çalıştılar. 1974 yılında, Austin'deki Texas Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü olan James Tankard ve Temple Üniversitesi'nden Prof. Michael Ryan, bilim haberciliğindeki doğruluk payı üzerine, çığır açan bir araştırma yayımladılar.[9] Tankard ve Ryan, bilimsel araştırmalar hakkında yayımlanan gazete haberlerini, söz konusu araştırmaları yapmış olan bilim insanlarına yolladılar. Onlar da, çeşitli hata türleri için bir kontrol listesi kullanarak bu haberleri tarayıp olası hataları aradılar. Sonunda, haberlerin sadece % 8,8'inin hatasız olduğu ortaya çıktı –daha önce, genel haberler için yayımlanmış olan % 40 - % 59 doğruluk oranından oldukça düşük bir sayı. Ancak, sonradan yürütülen çalışmalar sonucunda bilimsel haberlerde daha düşük bir hata oranının ortaya çıkması, bilim insanlarının kendi araştırmalarını özetleyen popüler yazıların doğruluklarını değerlendirmede ne kadar etkin oldukları konusunda soru işaretleri yarattı. Bilimsel habercilikteki doğruluk payı üzerinde yapılan sonraki çalışmalar, bilim insanları tarafından bulunan bazı "hataların" aslında yanlış bilgiler olmadıklarını, ama haberlerin, yapılan bilimsel araştırmaları yeterince yansıtacak kadar *kapsamlı* olmadığını yönünde algılamalar olduklarını gösterdi (araştırma yönteminin açıklanmamış ya da önemli niteliklerin belirtilmemiş olmaları gibi).

Sharon Dunwoody doğruluk üzerine yapılan bu araştırmanın, kendisinin "teknik doğruluk" olarak adlandırdığı ve haberlerin ortak yazarın adını verip vermedikleri, sayıları doğru olarak belirtip belirtmedikleri ve bunlara benzer etmenlere çok faz-

la odaklandığını söylüyor. Onun yerine daha çok, bir uzmanın değil de ortalama bir haber okurunun, haberin konusu olan bilimsel araştırmanın özünü anlayıp anlamadığının bir ölçütü olan "iletişimsel doğruluk" olarak nitelendirdiği özelliğe odaklanmayı tercih ediyor. Dunwoody'ye göre, bu konuda çok fazla bir araştırma olmadığı halde kanıtlar, iletişimsel doğruluk ölçütüne göre, haberlerin çoğunun doğru olduklarını gösteriyor. Buna rağmen Dunwoody, "gazeteciliğin, büyüklü küçüklü hatalarla dolu olduğunu" da kabul ediyor ve kendi gazetecilik öğrencilerinin çalışmalarında bu hataları bertaraf etme konusunda neredeyse bir fanatik gibi davranıyor.

Bilimsel habercilikteki hataların ve diğer eksikliklerin bir nedeni de, gazetecilerin yetersiz eğitilmeleri olabilir. Bir tıp ve sağlık yazarı olan Deborah Urycki, bilimsel araştırmaları doğru olarak çözüp aktarmak için ihtiyaçları olan eğitimi öğrencilere yeterince vermediklerinden dolayı, suçu gazetecilik fakültelerine atıyor. Kent State Üniversitesi'nde lisansüstü gazetecilik öğrencisi iken, 79 gazetecilik öğrencisinin "kamuoyunun ilgisini çekecek" ve "kayda değer" konularda yazılmış bilimsel haberleri özetleme becerileri üzerine bir araştırma[10] yapan Urycki, üç Ohio üniversitesinde okumakta olan bu öğrencilerin her birinden lise mezunlarına hitap eden birer yazı hazırlamalarını istedi ve yazılan bu yazılar bilimsel bir kurul tarafından değerlendirildi. Beklendiği gibi, daha fazla yazarlık dersi almış olan öğrencilerin hazırladığı yazılar daha iyi oldu. Ama kurul, aynı zamanda, ilgilendikleri bilim dalından, üniversitede kaç yıldan beri öğrenim gördüklerinden ya da göz önüne alınan diğer etkenlerden bağımsız olarak, öğrencilerin *tümünün* yazılarının baştan sona hatalarla dolu olduğunu saptadı.[11] Kurul üyelerinin acımasız eleştirileri, ABD'nin gelecekteki gazetecileri hakkında oldukça karamsar bir tablo çiziyor: "Yazı ümitsiz derecede dağınık"; "Berbat bir yazı; yer yer anlaşılmaz, yer yer de aşırı basit"; "Özgün makaleden ifadeler kopyalamış ama, ne dendiğini hiç anlamamış."

Bilim ve matematik eğitimi üzerine birçok kitap yazmış olan Sheila Tobias üniversite eğitiminin, lisans seviyesinde en çok

ümit vaat eden genç bilim insanları dışındakileri fen derslerinden "ayıkladığını", kalanların ise ne bilimle yeterli tanışıklık kazandıklarını, ne de bilimle ilgilendiklerini söylüyor. Sonuç olarak, diyor, gazetecilik hazırlık öğrencileri de dahil çok sayıda sosyal bilimler öğrencisi, bilim hakkında şu üç kanıya sahip olarak üniversiteden mezun oluyorlar: "Bir, bilimde pek iyi değiller. İki, bilimi çok fazla sevmiyorlar. Ve üç (incinmiş egolarına destek olmak için), bilim geleceklerinde yer almıyor."[12]

Bilimde uzmanlaşmış gazeteciler, bilimle çoğu muhabirden daha fazla ilgilenirler ve bilim hakkında da daha iyi bir eğitime sahiptirler. Ayrıca, sırf zaman içinde edindikleri deneyimlerden dolayı, işlerinde daha iyi olabilirler. Ancak, gazetelerin kadrolarındaki bilim muhabiri sayısında bir düşüş olduğu gibi, çoğu bilim haberi de, herhangi bir bilim dalında uzmanlık oluşturabilecek zamanı olmayan haberciler tarafından hazırlanıyor. Bilim uzmanlarının neredeyse hiç olmadığı televizyon haberciliğinde ise, durum daha da vahim. Şurası açık ki, bilim ve gazetecilik arasındaki ilişkinin gelişmesi, sadece karşılıklı daha iyi bir anlayıştan fazlasını gerektirmekte. Bilimsel konularda haber yapan gazetecilerin daha iyi bir eğitime gereksinimleri var. Bilim insanlarına düşen ise araştırmalarını teknik altyapıları güçlü olmayan insanlara anlatma becerilerini mutlaka geliştirmeleri. IV. Bölüm gazetecilerle, hem onlara tepeden bakmadan ya da konuyu fazlasıyla basitleştirmeden, hem de mesajınızı iletecek bir biçimde konuşmanız konusunda size yardımcı olacak. Bu becerilere zaten sahipseniz, yine de onları daha fazla kullanmak isteyebilirsiniz.

Sağlıklı Bir İlişkinin Yararları

Bir bilim insanı olarak, medya ile konuşmak istemenizin birçok nedeni olabilir. Olasılıkla, herkes gibi sizin de türlü nedenleriniz vardır. Belki bilim haberlerinin niceliği ve niteliği hakkında bir şeyler yapmak istiyorsunuz. Belki kariyerinizi geliştirmek istiyor ya da bilimi daha erişilebilir bir hale getirmek için kendinizi sorumlu sayıyorsunuz. Belki üniversitedeki basın bürosunun

olasılıkla dikkate alınmayacak bir basın bülteni yayımlaması sizi tatmin etmiyor. Belki araştırmalarınızın doğru olarak betimlenmesini sağlamada, daha etkili olmak istiyorsunuz. Belki önemli ilke kararları konusunda halkın daha iyi bilgilendirilmesinde yardımcı olmak amacıyla, belli bir araştırma projesinden elde ettiğiniz bilgi yerine, genel bilimsel eğitiminizi ve özel uzmanlığınızı paylaşmak istiyorsunuz. Ya da belki göçmen kuşların mola yerlerini dolaşıp, gece çıkardıkları o yakalanması zor sesleri kaydetmek ve işitsel bir katalog yaratmak için on yedi yılını veren kuşbilimci Bill Evans gibisiniz. İşi bittiğinde, Evans sonuçlarını tüm dünya ile paylaşmak istedi. Kendi internet sitesini yaratıp, bir gazeteciyi (Grossman) araştırma gezilerinden birine davet etti. Kimi insanlar için, gerekli tek güdü, işine olan sevgisini ve keşif yolculuğunu başkalarıyla paylaşma isteğidir.

Nedeniniz ne olursa olsun, deneyimler ve yayımlanmış araştırmalar, araştırmanızı kamuoyuna duyurmanın birçok somut (ama her zaman önceden tahmin edilebilir olmayan) yararı olduğunu gösteriyor.

Kamu Sağlığı

1991 yılında *New England Journal of Medicine*'da yayımlanan bir araştırma, medyanın tıp araştırmacılarının önemli bilimsel gelişmelerden haberdar olmalarındaki etkinliğini ortaya koydu.[13] Yazarlar, dergide yayımlanan makaleler arasından *New York Times* gazetesine haber olanların, sonradan tıbbi literatürde alıntılanma şansının daha fazla olduğunu gördüler. Diğer bir araştırma ise, ilaç denemelerinin sonuçlarının medya tarafından haber yapılmasının kamuoyunu ciddi bir biçimde etkilediğini ve insanların tedavi yöntemlerini değiştirmelerine neden olduğunu gösterdi. *Annals of Internal Medicine* dergisinde 2004 yılında yayımlanan bir yazı, hormon destek tedavisinin yararlarını sorgulayan bir araştırmanın medyada geniş bir biçimde yer alması ile, takip eden aylarda bu tedaviyi alan kadınların sayısında % 30'luk bir düşüş olması arasında bir ilişki buldu.[14] (Yazarlar, bu değişikliğin, araştırmayı dergiden okumuş olan doktorla-

rın önerilerinden kaynaklanmış olamayacak kadar ani olduğunu ileri sürdüler.)

2005'in başlarında, MIT'in Klinik Araştırmalar Merkezi yöneticisi Prof. Richard Wurtman, *Sleep Medicine Reviews* dergisinde yayımlamaya hazırladığı bir yazı ile ilgili olarak üniversitenin Basın Bürosu'nu aradı. Yiyecek ve ilaçların beyin üzerindeki etkilerini araştırmakta olan Wurtman'ın, daha önceden yayımlanmış on yedi araştırmanın bir "meta-analizi" olan yeni yazısı, melatonin hormonunun uykusuzluk çeken hastalara yardımcı olabileceğini gerçekliyordu.[15] Araştırma, çok düşük dozlardaki melatoninin, insanların daha çabuk uyumalarına ve pek çok yaşlının yaşadığı gibi gece uyanırlarsa da, uykuya yeniden daha çabuk dalmalarına yardımcı olduğunu göstermişti. MIT Basın Bürosu'nun müdür yardımcısı Elizabeth Thomson, daha önceki araştırmalar melatoninin etkinliği hakkında soru işaretleri uyandırmış oldukları için, bu araştırmanın önemli olduğunu söylüyor. Ama önceki araştırmalar çok daha yüksek dozlarda melatonin içerdiklerinden, beyindeki reseptörlerin hormona karşı duyarsızlaşmalarına neden olmuş ve insanları, yüksek dozun neden olduğu yan etkilere maruz bırakmışlardı. Thomson, "Prof. Wurtman, melatoninin hak etmediği bir kötü şöhret kazandığı konusunda ısrarcıydı ve birçok insana yarar sağlayabileceğini düşünüyordu," diyor.

Wurtman'ı laboratuvarında ziyaret ettikten sonra, Thomson ve ekibi, araştırma için bir tanıtım kampanyası hazırladılar. Başlangıçta, bunu sadece iki gazeteye özel haber olarak sunmayı denediler ama gazetelerin her ikisi de araştırmayı kabul etmedi. O zaman ikinci planı uygulayıp, tüm dünyada 450 gazeteciye bir basın bülteni gönderdiler. Bültenin gönderilmesinden kısa bir süre sonra yapılan bir söyleşide, hem *Washington Post* gazetesinin, hem de *Scientific American* dergisinin bulgular hakkında yazı hazırladıklarını söyleyen Thomson, "Mutluluktan uçuyorum," diyordu.

Neden bu kadar uğraşmalı? Thomson, uykusuzluk çeken milyonlarca insanın melatonin kullanımından yarar görebilecekleri-

ni, halbuki Wurtman'ın araştırması sadece adı sanı duyulmamış bir dergide yayımlanırsa ne onların, ne de doktorlarının bundan haberleri olacağını söylüyor. Ardından da, "*Sleep Medicine Reviews* dergisini okuyan kaç kişi var ki?" diye soruyor, biraz da retorik olarak. Thomson, Wurtman'ın ve diğer öğretim üyelerinin başarılarını duyurmanın, aynı zamanda üniversitenin de yararına olduğunu ekliyor ve ne zaman medyada MIT'in adı geçse, birinci sınıf öğretim üyeleri ya da başarılı, çok yönlü öğrenciler bulmanın kolaylaştığını söylüyor. "Medyada başarılı araştırmalarla ilgili haberler arttıkça, kuruma yararı da o derecede artar." Thomson, Wurtman ile üniversitenin düşük dozlu bir melatonin preparatının patentini birlikte almış olduklarından, Wurtman'ın bulgularının tanıtımının mali olarak her iki tarafın yararına olacağını da kabul ediyor. Tanıtımın başka bir mali yararı: "Parasal kaynak sağlayanları da mutlu ediyor," diyor Thomson. "Daha çok para bulmamızı sağlıyor."

Finansman Sağlama

Bilim insanlarının tanıtımı, MIT'in çok ciddiye aldığı bir iştir. Yenilenmiş basın bürosunda Thomson, tek görevleri üniversitenin ve araştırmacılarının imajını daha da iyileştirmek olan 10'dan fazla çalışanı yönetiyor. Bir MIT profesörü Nobel Ödülü kazandığı zaman Thomson bir kişiyi, basından gelen telefonları cevaplayıp, sıraya koyması için görevlendirir. Bir gazete ya da bir televizyon kanalı üniversite hakkında bir haber yapmak istediği zaman, söyleşiyi ayarlar. Ve bir bilim insanı bir keşifte bulunduğu ya da yeni ve ilginç bir yazı yayımladığı zaman, hazırladığı basın bültenini kendi veri tabanında adı olan binlerce gazeteci arasından seçtiklerine gönderir.

Aslında, MIT'in basın bürosu her gün astrofizik alanındaki yeni bir buluştan ("Uzay-zaman dalgası kara delik etrafında yörüngede"), pratik buluşlara ("Plastikler çevre kirliliği yaratan etkenleri izlemede yardımcı oluyorlar") ve yerleşkedeki şaklabanlıklara ("Düello yapan dekanlar, öğrenci etkinliğinde aşçılık yeteneklerini yarıştırdılar") kadar her konuda 10'u aşkın basın

bülteni hazırlıyor. Büro, en telejenik haberler konusunda da, televizyon yapımcıları için video bant hazırlanmasına binlerce dolar harcıyor.

Bu çapta etkinlikler birçok Amerikan üniversitesindekiler ile aynı ölçekte olmayabilir; ne de olsa MIT dünyanın önde gelen bilim ve mühendislik üniversitelerinden biridir. (Grossman, kendi de bir MIT mezunu olmasına rağmen, bu üniversite ve onun öğretim üyeleri hakkında tarafsız olmaya çaba gösteriyor.) Yine de, konu kendini övme olunca, MIT de ABD'deki diğer yüzlerce yüksek öğrenim kurumundan pek farklı değil. Bu tip kuruluşlarda araştırma ve geliştirme çalışmaları için harcanan paranın yaklaşık üçte ikisi federal ve eyalet bütçelerinden geliyor.[16] Washington DC'deki Amerikan Jeofizikçiler Birliği'nde enformasyon müdürü olan Harvey Leifert'in, bilim insanlarının "yaptıklarını ve bunların önemini anlatmak konusunda, sadece bilim camiasına değil, aynı zamanda daha geniş bir kitleye karşı da sorumlulukları vardır" demesine şaşmamak gerek.

Federal hükümet, her yıl araştırma ve geliştirme faaliyetleri için yaklaşık 118 milyar dolar harcıyor. Bu paranın yaklaşık 19 milyar doları, akademik kurumlara gidiyor.[17] Yaklaşık 13 milyar dolar daha da eyalet ve yerel yönetimler, sanayi ve diğer kaynaklar verir.[18] Onun için, tüm bu parayla neler yapıldığı hakkında kamuoyunu bilgilendirmek, akademik bilim insanları için sadece bir nezaket konusu olmaktan daha önemli. Aynı zamanda doğru bir politika. Valiler, başkanlar, Kongre, seçmenler ve herkes paranın nasıl dağıtılacağına her karar verişlerinde, öncelikler de yıldan yıla değişiklik gösteriyor. Dahası, federal, eyalet ve yerel düzeydeki yasa koyucular ve yöneticiler, her gün bilimsel araştırmaları etkileyebilecek yeni yasa ve kurallar düşünüyorlar. Vergi politikalarından, tehlikeli atıklarla ilgili yasalara ve kök hücre araştırmaları ile ilgili kurallara kadar her şey bilim camiası için ciddi sonuçlar doğurabilir. Bilim insanlarının, bu konumdaki insanlara sık sık bilimsel araştırmaların neden önemli olduğunu anımsatmalarında yarar olduğunu düşünüyoruz.

Finansman sağlayan kaynaklar genelde, araştırmacıların bulgularını yayımlamalarını isterler. Örneğin, Ulusal Bilim Vakfı, bağış alanların sadece iyi bilim yapmalarını değil, aynı zamanda bulgularını kamuoyu ile paylaşmalarını da ister. Kurum, önerileri değerlendiren kişilere, her bağış isteğinin "daha geniş etkilerini" göz önüne almalarını söyler. Bu kişilerden diğer ölçütlerin yanında, sonuçların "bilimsel ve teknolojik anlayışı geliştirmek için geniş kitlelere yayılıp yayılmayacağı" gibi etkileri de değerlendirmeleri istenir.[19] Yani, işin özünde bağışçı, bağışın yenilenme zamanı geldiğinde, araştırmalarıyla medyada yer alabilecek araştırmacılara daha olumlu yaklaşacağını söylüyor.

Kariyer Geliştirme

Minnesota Üniversitesi Orman Kaynakları Bölümünde bir araştırmacı olan Lee Frelich, araştırma konularını her ne kadar medyada ne kadar yer bulabileceklerine göre seçmese de, sonuçlar ortaya çıktığında medyanın dikkatini çekmek için "bencilce nedenleri" olduğunu da kabul ediyor. Televizyonda ve gazete ve dergilerde sık sık görünmesinin, okul yönetiminin gözünde itibarını arttırdığını söylüyor. Bu yüksek profil ise, büyük bağışçılarla toplantılar ayarlamasında ve yeni ofis alanları elde etme konusunda daha kıdemli kişilerden yardım almasını kolaylaştırmış. Bunun, bitişik odada oturan ve haberlerde yer almamış bir meslektaşından daha iyi bilim yaptığı anlamına gelmediğini kabul ediyor ama, hemen ardından ekliyor: "Dünyada işler böyle dönüyor." Mikrobiyolog Jed Fuhrman da, pek dile getirilmese de, bir bilim insanının laboratuvarı hakkında bir haber medyada ne kadar iyi yer alırsa, finans sağlayan kurumlardaki itibarının da o derece arttığını söylüyor ve ekliyor: "Ulusal Bilim Vakfı'ndaki bağış yetkilisi, *New York Times*'ta hakkında bir şeyler yazılan kişiler için çok daha olumlu düşünür."

Nedeniniz ne olursa olsun, fikirleriniz ve yaptıklarınız hakkında medyada yer almanın anahtarı, medyanın ilgisini nasıl çekebileceğinizi bilmek ve sonra da, etkin olarak iletişime geçebilmektir. Bunları nasıl yapabileceğinizi IV., V., VI. ve VII. bölüm-

lerde tartışacağız. Ama önce II. Bölüm'de, medya ile olan ilişkilerinizde karşılaşabileceğiniz sorunlar hakkında sizi uyarmak istiyoruz. III. Bölüm'de ise, bilim insanları ile gazeteciler arasındaki önemli benzerlikleri ve farklılıkları açıklayacağız.

II. Bölüm

En İyisini Bekleyin, En Kötüsüne Hazırlıklı Olun

Siz hiç bir karabasanda otoyolda hızla giderken, birden asfaltın bittiğini ve uçurumdan aşağıya, kayaların üzerinde patlayan dalgalara doğru düşmeye başladığınızı gördünüz mü? Bazı araştırmacılar için, "Sizinle bir söyleşi yapmak istiyorum," diye başlayan bir telefon almak da, aynen böyle bir duygu. Nükleer ve moleküler fizikçi ve Ulusal Bilim Vakfı eski yöneticisi olan ve bilim insanlarına medya ile ilişkilerinde daha proaktif olmayı öneren Neal Lane, "Bu riskli bir şey" diyor.

Medya ile konuşan bilim insanlarının zarar görme olasılığı oldukça fazladır: yanlış isimlendirilme, yanlış aktarılma, konu dışı alıntı yapılma, magazinleştirilme ve hatta alay konusu olma –bunlar kaçınmanıza yardımcı olmayı umduğumuz bazı sorunlar. H. John Heinz III Bilim, Ekonomi ve Çevre Merkezi başkanı ve Dünya Bankası eski biyo-çeşitlilik baş danışmanı Tom

Lovejoy, tüm risklere rağmen yine de bulgularınızı bilim camiası dışında duyurmanız gerektiğini söylüyor. "Bizler toplumun bir parçasıyız ve toplumu destekleyen öğelerden biri olan çok yönlü ve son derece karmaşık bir konuyu bilip anlama ayrıcalığına sahibiz," diyor Lovejoy. "Her bilim insanının kamuoyu ile iletişim kurmak gibi bir sorumluluğu vardır."

Bu sorumluluğu üstlenirken, medyaya şu eski uyarıyı da aklınızın bir köşesinde bulundurarak yaklaşınanızı öneririz: "En iyisini bekle, en kötüsüne hazırlıklı ol." Bu bölümde en kötü senaryonun ne olabileceğine bakıp, ilerideki bölümlerde gazetecilerle etkin ve sorunsuz bir iletişim kurabilmeniz için size yardımcı olacağız.

Kıyamet Kopuyor!

Bilim insanları kesin bir dille konuşurlar; kontrollü, duygudan yoksun ve mizah anlayışından yoksun insanlardır. En azından, kalıplaşmış yargı böyledir. Bilim insanları aynı zamanda laboratuvar önlükleri, eblehçe kemik çerçeveli gözlükler takan ve (en azından filmlerde) cep kalemliği kullanan tipler olarak da tasvir edilirler. Bu yaygın kanılar, tabii ki bir abartmadır. Ama tüm bilim insanları için geçerli olan bir şey varsa, o da kanıtlayacak bilgiler ellerinde olmadıkça, hiçbir şeyi doğru olarak kabul etmeyecekleridir. Bu, bilim insanlarının gazetecilik hakkındaki genel serzenişlerinden birini açıklayabilir. Çoğu durumda, "sansasyonel" bir övgü sözcüğü olarak kabul edilir. Ama bu sözcük bir bilim insanı tarafından, kendi çalışmaları ile ilgili bir yazı hakkında kullanıldığında, olasılıkla memnuniyet değil, tiksinti belirtir. Çoğu kez, "sansasyonel" olarak değerlendirilebilecek olan sadece yazının başlığıdır. Ya da, tüm yazı bir edebiyat paralaması ve abartılarla dolu olabilir. Her iki durumda da, doğruluk konusundaki mesleki titizliğiniz olasılıkla zedelenecektir. Yine de, bazı medyatik çarpıtmalara, Lee Hannah gibi ılımlı bir yaklaşım sergilemek isteyebilirsiniz.

Lee Hannah, biyo-çeşitlilik destekçisi Uluslararası Koruma adlı örgütte bir bilim insanı. Araştırma sonuçlarını abartan man-

şetler ve yazılarla, ciddi sorunlar yaşamış. Hannah ve bir düzineden fazla ortak yazar, yazılarının *Nature* dergisinde yayımlanmasının ardından küresel bir haber furyasının taşıdığı bir dizi yanlış yüzünden, tüm kamuoyunun önünde eleştiriye uğramışlardı. "İklim Değişimi Nedeniyle Nesillerin Tükenme Riski" başlıklı yazı 2004 Ocak ayının başlarında çıkmıştı[1] ve dünyadaki yaşam türlerinin % 18'i ila % 35'inin, doğal yaşam ortamlarının küresel ısınma neticesinde ortadan kalkmaları sonucunda, 2050 yılına kadar "yok olma sürecine girebilecekleri" hakkında bir tahmin içeriyordu. Sonraki günlerde ve haftalarda, bu araştırma üzerine National Public Radio, *New York Times*, *Washington Post*, *Los Angeles Times* ve *San Jose Mercury News* gibi dünyanın ileri gelen yazılı basın kuruluşları ve yayın organları tarafından onlarca haber yayımlandı.[2] Bu yazıların çoğunun başlığı özgün makalenin sonuçlarını ciddi bir biçimde yanlış olarak ifade ediyordu; tipik bir örnek *San Francisco Chronicle* gazetesinin başlığıydı: "Dünya türleri için korkunç ısınma uyarısı: Bir araştırmaya göre dünyanın ısınması sonucunda, 2050'ye kadar türlerin % 25'i yok olabilir".[3] Oysa ki, özgün bilimsel makalede, 2050'ye *kadar* tek bir türün bile yok olacağı söylenmemişti. Gerek yazı, gerekse araştırma ekibi tarafından dağıtılan basın bülteni araştırmanın, iklimdeki ısı artışından dolayı, belirtilen tarihe kadar yok olacak tür sayısını değil, yok olma sürecine girebilecek tür sayısını tahmin ettiğini söylüyorlardı. Üstelik makalede, "İklim değişikliği ile türlerin yok olmaları arasındaki zaman farkı konusunda elimizde şu anda bir bilgi yok, ama (doğal yaşam ortamlarının yok olması sonucunda ortaya çıkacak) alan daralması ile türlerin yok olmaları arasında onlarca yıl geçebilir," şeklinde bir uyarı da vardı. Buna rağmen, birçok gazete başlığı hatalı olarak, araştırmacıların 2050 yılı geldiğinde büyük ölçekte nesil tükenmelerinin gerçekleşmiş olmasını beklediklerini yazmıştı.[4]

Nature dergisinde sonradan yayımlanan oldukça ağır bir dilde yazılmış bir mektupta, Richard J. Ladle ve Oxford Üniversitesi Coğrafya ve Çevre Fakültesi'ndeki birkaç meslektaşı,

"türlerin yok olması" yazısı ile ilgili olarak basında çıkan "sansasyonel" haberlerdeki "zarar verici basitleştirmeleri" örneklediler. Mektubun yazarları, İngiltere'de yayımlanan 29 gazete haberinde hata bulmuşlar, bu da onların medyanın "son derece hatalı" olduğu sonucuna varmalarına neden olmuştu.[5] İngiliz ekip, bu yanlışlıklar için araştırmanın asıl yazarlarını suçladılar.

Özgün makalenin ortak yazarlarından Lee Hannah ve o zamanlar Uluslararası Koruma adlı örgütte halkla ilişkiler görevlisi olan Brad Phillips, *Nature* dergisinin editörüne yazdıkları bir başka mektupta, Ladle'nin eleştirilerine sert bir dille cevap verdiler. Derginin belki de, Oxford ekibinin de görünürde önerdiği gibi, araştırmanın tanıtımından kaçınması gerekip gerekmediğini sordular.[6] Mektupta, "Biz böyle düşünmüyoruz," diyorlardı. Kendileri de böyle hatalardan rahatsız olmalarına rağmen, Hannah ve Phillips bunların her an toplum önünde olmanın kaçınılmaz bir riski olduğunu öne sürdüler. Sonuçta, şu noktaya geliyorlardı: "Genelde savaş, terör ya da en yeni şöhret olan kişinin haberleri arasından, ABD medyasında bir yer kapabilmek bir başarıdır."

Medya hatalarının neden olduğu hasar, türlerin yok olmasına kamuoyunun ilgisini çekmenin getirdiği yarar ile fazlasıyla telafi edilmiş olabilir; bu, her kişinin kendi vermesi gereken bir karardır. Diğer yandan, bu tip yanlış bilgilendirmeleri önlemek (ya da en aza indirgemek) daha en baştan belki mümkün olabilirdi. Belki de, "2050 yılına kadar" ifadesi ile "2050 yılından yıllar ya da onlarca yıl sonra" ifadesi arasındaki fark, bazı gazetecilere önemsiz bir ayrıntı olarak görünmüştür. Benzer bir şekilde, "[yok olma sürecine] girebilecek" sözcüğünün kullanımı da, kritik bir ayrım ifade ediyor olarak değerlendirilmemiş olabilir. Ve belki de yazarların, araştırmalarının sınırlarını netleştirmek için gösterdikleri çaba ("İklim değişikliği ile türlerin yok olmaları arasındaki zaman farkı konusunda elimizde şu anda bir bilgi yok, ama (doğal yaşam ortamlarının yok olması sonucunda ortaya çıkacak) alan daralması ile türlerin yok olmaları arasın-

da onlarca yıl geçebilir," cümlesinde belirtildiği gibi), yeterince açık değildi.

Açıkça görülüyor ki, bilim insanları ulaşacakları son kitlenin kimler olduğunu unutmuşlardı –başka bilim insanları, hatta eğitimli muhabirler değil, çok az bilimsel temeli olan gazeteciler ve genel halk kitleleri. İlerideki bölümlerde de ele alacağımız gibi, basın *yoluyla* halkla konuşmayı bir kere öğrenirseniz, araştırmanız hakkındaki medya haberleri daha doğru olacak ve anlattığımız bu tip olaylar giderek ortadan kalkacaktır.

Kazanç Amaçlı Gazetecelik

Prozac adlı ilaç kanser yapabilir mi? İngiltere'nin önde gelen günlük gazetelerinden biri olan *Independent*'in 26 Mart 2002 sayısının baş sayfasında yer alan "Bilim insanları Prozac ile beyin tümörleri arasındaki 'ilişkiyi' buldular," başlığını okumuş olsaydınız olasılıkla böyle düşünebilirdiniz.[7] Bilimle ilgili yayınlarını ciddiye alan bu gazete, haftalık sağlık ve bilim eklerinin yanında, her gün çevre ile ilgili birçok haber de yayımlar. Buna rağmen, okurları arasında gereksiz korku ve endişeye yol açan, hatalarla dolu bir habere yer vermişti. Araştırmadan sorumlu olan bilim insanı, bu gafı önleyebilirdi.

Prozac haberi, aralarında Prozac ve benzeri antidepresan ilaçlar kullanan herhalde binlerce okur da olmak üzere, pek çok insanı ürkütmüş olmalı. Yazı şöyle başlıyordu: "Bilim insanları, dünyada milyonlarca kişi tarafından kullanılan bir antidepresan olan Prozac'ın, bedenin kanser hücrelerini öldürme konusundaki doğal yeteneğini engelleyerek, beyin tümörlerinin büyümelerini kolaylaştırabileceğini keşfettiler."[8]

Tümör araştırmasının başında olan Dr. John Gordon bu araştırmanın tanıtılmasını istiyordu ama, çıkacak haberlerin insanları kaygılandıracağını da hiç düşünmemişti. Birmingham Üniversitesi'nde immünolog olan Gordon, Prozac ve benzeri antidepresanları, doğal bir hormon olan serotoninin kanser hücreleri üzerindeki etkisini araştırmak için araç olarak kullanmaktaydı. Daha önce, bir test tüpünde serotonin ile karıştırıldıkla-

rında, lenfoma türü kanserlerden alınan kanserli kan hücrelerinin dengesiz hale gelip, apoptoz denilen bir tür hücresel intihar eylemi gerçekleştirdiklerini göstermişti. Gordon yeni ve farklı kanser tedavileri bulmak umuduyla, bu etkinin arkasındaki mekanizmayı anlamak istiyordu. Prozac'ın bu araştırmada üstlendiği role gelince: Gordon, bu antidepresanın serotoninin beyin hücrelerine girmesini engelleyici özelliğinden yararlandı. Kendisi ve ekip arkadaşları, Prozac kullanarak serotoninin test tüplerindeki lenfoma hücrelerine girmesini önleyebilirlerse, o zaman hormonun hücrenin kendini yok etmesine neden oluşunun hücre içindeki bir eylem mekanizması yoluyla mı, yoksa hücrenin dış yüzeyindeki başka bir şeyden dolayı mı olduğunu anlayabileceklerini düşünmüşlerdi. Prozac gerçekten de serotoninin lenfoma hücreleri üzerindeki etkisini durdurunca, araştırmacılar da hormonun anti-kanser etkisinin hücrenin dış yüzeyinde değil de, hücre içinde yer aldığı yolundaki kanıtlarını elde etmiş oldular. Bu, daha etkin kanser tedavilerine giden yolda küçük ama önemli bir adımdı.

Araştırma sonuçlarının *Blood* dergisinde yayımlanmasından kısa bir süre sonra, Gordon *Independent* gazetesinin önde gelen muhabirlerinden ve bilim editörü Steve Connor'dan bir telefon aldı.[9] Yirmi yılı aşkın meslek hayatında binlerce bilim yazısı yazmış, deneyimli ve atılımcı biri olan Connor'ın dikkatini *Blood* dergisindeki yazıya çeken, Prozac'ın kansere neden olabileceği önerisini ortaya atan bir farmakolog olmuştu. Gordon'un söyleşiyi anımsadığı kadarıyla, birkaç sıradan sorunun ardından Connor, hiç beklenmedik bir anda baklayı ağzından çıkartmıştı: Prozac, serotoninin bir test tüpündeki lenfoma hücrelerini öldürmesini engelliyorsa, onu depresyon tedavisi için kullanan insanların normal beyin hücrelerinde kansere neden olabilir miydi? Gordon, "Her şey mümkün," diye yanıtlamadan önce bir an düşündüğünü söylüyor. Ama, hemen ardından da, bir test tüpündeki lenfoma hücrelerinden, vücuttaki beyin hücrelerine kavramsal bir sıçrama yapmanın, eldeki kanıtların gösterdiklerinin çok ötesine geçmek olacağını eklemişti. Örneğin, Prozac'ın len-

foma hücreleri üzerindeki etkisi, beyin hücreleri üzerinde olandan çok farklı olabilirdi. Ya da ilaç, beyin gibi son derece karmaşık bir organda, bir laboratuvarın kontrollü ortamındakinden çok farklı davranabilirdi.

Gordon ertesi gün Connor'ın yazısını görünce, depresyon için Prozac ve benzeri ilaçları kullanan milyonlarca kişiden bazılarının, tedaviye aniden ara verebileceklerinden endişe duydu. Böyle bir şey, ilacın tedavi etmekte olduğu depresyon ya da başka bir zihinsel sağlık sorununun tehlikeli bir biçimde yeniden ortaya çıkması riskini taşıyordu. Gordon'un deyimiyle, "kıyametin kopması" için fazla bir zaman geçmesi gerekmedi. Anlaşıldığı kadarıyla, *Independent*'da çıkan yazının tetiklediği Prozac-kansere-neden-olabilir hipotezi, turbo destekli bir virüs gibi, tüm dünyadaki gazetelere yayıldı. Gordon, bundan sonraki kırk sekiz saatini Avrupa, ABD, Avustralya ve Güney Afrika gazeteleriyle haberin verdiği zararı sınırlayabilmek için peş peşe söyleşiler yaparak uykusuz geçirdi. Medya cinneti ancak iki hafta sonra durulacaktı.

İmmünolog, bu olayın klasik bir tiraj arttırıcı, abartılmış haber örneği olduğuna inanıyor. "Onlar için iyi bir manşetti, ama bu ilacı kullanan ve ona ihtiyacı olan insanlarda ciddi sorunlar yaratabilecek bir etkisi oldu," diyor Gordon. Gazeteci Connor ise pişman değil. Gordon'u ve Birmingham Üniversitesi basın bürosunu kastederek, bu olayın "kendi yarattıkları bir rezalet" olduğunu iddia ediyor. Gazeteci, yazı yayımlanmadan önceki günün sabahında Gordon'u aradığını, ancak Gordon'un onu basın bürosuna yönlendirmesi üzerine onlarla temasa geçtiğini söylüyor. Sonuçta Connor yazısını, basın bürosunun Gordon'la bir görüşme ayarlamasını beklerken, sadece elindeki araştırma metninden yararlanarak yazmak zorunda kalmış. Gordon'un kendini ancak akşam aradığını, o zaman da ertesi günün baskısı için zamanın dolmak üzere olduğunu söylüyor. Gazeteci, yazıya birkaç son dakika alıntısı sokuşturabildiğini, ama yazının ana temasını temelden değiştirmek için çok geç olduğunu da ekliyor. Ona göre bu olay, "basın bürosu kendi bilim insanlarından biri-

ni susturmaya çalışırsa, neler olacağının güzel bir örneği." Yine de, "Yazıda farklı bir başlık ve ilk paragraf olmasını tercih ederdim," diyor. Elindeki bilgi ve zamanı kullanarak yapabileceğinin en iyisini yaptığını söyleyen gazeteci, "Gazetecilik pozitif bilim değildir," diye de ekliyor.

Birmingham Üniversitesi'nin iletişim müdürü Sue Primmer, Connor'ın John Gordon'un araştırmasını, kendi ekibi henüz bir tepki vermeye hazır değilken gördüğünü kabul ediyor. "Haberi iten şey Connor'ın zamanlaması değildi," diyor. "Güdü, John [Gordon]'un araştırmasıydı." Connor'ın, "% 80'i doğru olan" bu yazı yüzünden "fazlasıyla eleştirilmesine" üzüldüğünü, üstelik asıl yanlış olanın gazetenin, zaten kendisinin yazmadığı manşeti olduğunu söylüyor. Yazının sansasyonel başlığının, öbür türlü çok küçük bir medya olayı olacak bir haberi, bir anda dünya çapında bir sansasyona çevirdiğini söyleyen Primmer, bu haberin olayın bir cilvesi olarak Birmingham Üniversitesi'nin tanıtımı açısından "kendilerine çok yararlı olduğunu" da ekliyor.

Peki, bir bilim insanı tüm bunlardan ne sonuca varmalı? Hiçbir araştırmacı böyle tanınmak istemez. Öncelikle, Gordon'un araştırmasının etrafında kopartılan yaygara kolaylıkla önlenebilirdi. Kanser araştırması *Blood* dergisinde yayımlanmış olduğuna göre, Gordon ve basın bürosu, gazeteciler aradığında hızlı bir biçimde yanıt vermek için bir plan hazırlamış olmalıydılar. Muhabirin Gordon'la görüşmesi için, bir tam gün asla geçmiş olmamalıydı. İkinci olarak, asla rastgele yanıt vermeyin –özellikle de, Connor'ın Gordon'a yönelttiği soru kadar kışkırtıcı bir soruya karşılık olarak. (Soru ne olursa olsun, "Her şey mümkün," çok riskli bir yanıttır.) İlerideki bölümler, gazetecilerin sorularını daha etkin bir biçimde yanıtlamanız için daha başka söyleşi teknik ve stratejilerini içermektedir.

1997 yılında Edinburgh Üniversitesi'nden üç bilim insanının başına gelenler, farklı bir sorunu anlatmakta ve farklı bir çözüm gerektirmektedir. Ian Deary, Martha Whiteman ve F.G.R. Fowkes, kişilik ve kalp hastalıkları arasındaki ilişki üzerine *Lancet* dergisinde bir yazı yayımladılar. Araştırma, beş yıllık bir sü-

re içinde 1600 kadın ve erkekle yapılan söyleşilere dayanıyordu.[10] Araştırmacıların bulgularından biri, daha "itaatkâr" olan kadınların kalp krizine yakalanma riskinin % 31 daha düşük olduğuydu. Yazarlar, daha en baştan, basının araştırmalarını yanlış anlayacakları ya da yanlış yorumlayacaklarından kaygı duymuşlardı; çünkü yazıda, gazetelerin –özellikle de sansasyonel bulvar gazetelerinin– çok çekici bulacakları unsurlar vardı. Öncelikle araştırma, ani ölümlere neden olan korkulu bir hastalıkla yani kalp hastalığıyla ilgili risk faktörlerinden söz ediyordu ve artık modası geçmiş, ama hâlâ benimsenen cinsiyet klişelerine prim veriyor olarak yorumlanabilirdi. Bundan dolayı da, araştırmacılar basın bültenini dikkatli bir şekilde hazırladılar, daha doğrusu öyle yaptıklarını sandılar. En önemlisi de, anahtar sözcük olan *itaatkâr*'ın doğru olarak anlaşıldığından emin olmak istediler. Çalışmaları açısından, daha itaatkâr olan insanlar, kişiler arası ilişkilerde başkalarının önderlik yapmasına gönüllü olarak izin verenler olarak tanımlanıyordu. İşi sağlama almak için de, daha tehlikeli olduğunu düşündükleri "itaatkâr" sözcüğü yerine, daha tarafsız olarak nitelendirdikleri "uysal" sözcüğünü kullandılar.

Araştırmacılar, "uysal" sözcüğünün bile genel toplum içinde ne kadar "tehlikeli" olduğunu tahmin etmiş olsalardı, ortaya çıkan medya bozgunu engellenebilirdi. Ama gafil avlandılar. Araştırmaları üzerindeki ambargo kaldırıldığı zaman atılan manşetler ve bazen de yazıların kendileri, araştırma ile hiçbir ilgisi olmayan cinsiyet klişeleri ile dolmuştu. Örneğin, *Daily Telegraph* gazetesindeki yazının başlığı şöyleydi: "O oklavayı elinden bırak sevgilim, kalbin için hiç iyi değil."[11] Bilimsel makalenin kendisi, cinsiyete dayalı rollerden hiç söz etmiyorsa da, gazetelerde çıkan yazıların çoğu, dolaylı olarak da olsa, araştırmanın aile içindeki eski moda görev bölümü anlayışına bilimsel destek sağladığını ima ediyordu. *Lancet*'de bu konuda sonradan çıkan bir yazıda araştırmacılar, "binlerce hastadan yıllar boyu süren bir çalışma sonunda toplanan verilerin önemsizleştirildiğini, saptırıldığını ve bazı yerlerde de kadın düşmanı davranışlara destek ola-

rak kullanıldığını görmenin" kendilerine ne kadar acı verdiğini dile getirdiler.[12]

Bu bir yüz karası. Araştırmacılar "itaatkâr" yerine daha uygun bir sözcük bulmak için daha fazla uğraşmış olsalardı, çıkan yazılar da olasılıkla gerçeği daha doğru yansıtıyor olacaktı. İlerideki bölümlerde de ele alacağımız gibi, bilim insanlarının kullandıkları dili bilim insanı olmayan dostları ya da konuyla ilgisiz akrabaları üzerinde önceden denemeleri gereğinin nedeni de budur.

Nature dergisinde 2002 yılında medyanın kabahatleriyle ilgili bir başyazı, bilim insanlarını hatalı habercilik ya da abartılı başlıklardan dolayı gücenme dürtüsüne boyun eğmemeleri konusunda uyarıyordu.[13] Yazı, bilim insanlarına onun yerine, dedikleri sıklıkla saptırılan ama yine de medyaya misillemede bulunmanın ya da ortalıktan çekilmenin ters tepeceğini çok iyi bilen politikacıları örnek almalarını öneriyordu. "Politikacılar, gazetecilere saldırmanın basiretsiz bir strateji olduğunu bilirler," diyordu yazıda. "Onun yerine, hatalı haberleri çürütmekte ve kendi mesajlarını vermekte uzmanlaşmışlardır." Bu son derece mantıklı bir davranış biçimi ve bu kitapta, kötü haberciliğe nasıl karşılık verilmesi konusunda ipuçları veriyoruz. Ama, ilerideki bölümlerdeki öğütlere kulak verirseniz, bu sorunların çoğuna zaten en baştan meydan vermemiş olursunuz.

Alıntı Yapılan Bilim İnsanı

Sansasyonel başlıklar ve yazılar, kamuoyunun bazen çok sorgulayıcı olabilen projektörlerinin altına giren araştırmacıların karşılaşabileceği aksiliklerin sadece bir türüdür. Bir diğeri de, yanlış alıntılanmaktır. Bu talihsizliğin sonuçları ise, komik olmaktan son derece ciddi olmaya kadar değişir. Hatta, bazı durumlarda, doğru alıntılamalar bile sorunlara neden olabilir. Bazı bilim insanları, bazen bir gazeteciyle saatlerce konuştuktan sonra, ne sözcüklerinin ne de düşüncelerinin haberde yansıtıldığını fark edince kızarlar. Diğerleri ise, bulguları ya da sözcükle-

rinin, saçma sapan savlara destek vermek için kullanıldığını görünce dehşete düşerler.

Colorado eyaletinin Boulder kentindeki Ulusal Atmosfer Araştırmaları Merkezi'nde araştırmacı olan Susanne Moser küresel ısınma hakkında, her medya kanalından çok sayıda gazeteci ile, onlarca defa söyleşi yapmıştır. Basın ile olan çoğu karşılaşması iyi gitmiştir, ama arada bir ortaya olağan dışı bir durum çıktığı da olur. Örneğin, bir muhabirle 2001 yılında yapmış olduğu bir söyleşiye bakalım. Çevre ile ilgili bir habere ilk defa gönderilmiş olan gazeteci, başkanlık seçimini kazanmış olan George W. Bush'un küresel ısınmaya nasıl yaklaşacağı hakkında bir yazı hazırlıyordu. Muhabiri, kısa dönemdeki hava değişiklikleri ile uzun vadeli iklim değişimleri arasındaki farklılıklar ve sera etkisinin nasıl küresel ısınmaya neden olduğu kuramı üzerine iki buçuk saat boyunca eğitmeye çabalayan Moser, "Kızcağızın konu hakkında en ufak bir fikri yoktu," diyor. Ama, sonuçta ortaya çıkan makaleyi görünce, öfkeden kan beynine sıçradı. Sorun, makalede çok önemli bilgi hataları olmasıydı. Örneğin, hava durumu ile iklim birbirine karıştırılmıştı. "Sanki aramızdaki o konuşma hiç olmamış gibiydi," diyor Moser. Onu en çok kızdıran da yazının ortasındaki, yazıdaki diğer her şeyin altını oyan kısa bir paragraftı. Paragrafta, "Az sayıda bilim insanı [dünyanın sıcaklığındaki] değişimin döngüsel olduğunu ve insanların etkisiyle hiçbir ilgisi olmadığına düşünüyor," deniyordu. Moser, fosil yakıtların kullanımı ya da çıkartılması ile ilgili bir şirketten para almayan hemen tüm nitelikli bilim insanlarının, küresel ısınmada insanların başrol olmasa da, önemli bir rol oynadığı konusunda fikir birliği içinde olduklarına işaret ediyor ve gezegenimizin asıl ısınma nedeninin insanların eylemleri olduğuna inanan bilim insanlarının varmış oldukları görüş birliğini bir ya da iki kuşkucunun görüşleriyle baltalamanın, bu "uzmanların" atışmalarından bir şeyler anlamaya çabalayan halka bir kötülük olduğunu söylüyor ve "Bu büyük bir sorun" diyor.

Bu ayrıntılar önemli. Diğer yandan, acaba bilim insanları da bazen aşırı mı tepki gösteriyorlar? George W. Bush'un bekle-

nen politikaları ile ilgili haberi yazan gazeteciyle yaşadığı o talihsiz deneyiminden dört yıl sonra Moser küresel ısınmayla ilgili bu yazının, artık onu ilk günkü kadar rahatsız etmediğini söylüyor. Geri dönüp bakınca bu olayı, "Ayrıntılarla ve her şeyi doğru yapmakla fazlasıyla ilgili bir bilim insanının özensiz, basit ve 'dengeli' olmak uğruna insanı yanıltan bir yazı nedeniyle yaşadığı sorunlara mükemmel bir örnek" olarak değerlendiriyor. I. Bölüm'de kısaca adı geçen ve Newcastle Upon Tyne Üniversitesi'ndeki akademik kariyerine kısa bir süre için ara verip, *Financial Times of London* gazetesinde bilim muhabirliği görevini kabul eden beyin araştırmacısı Andrew Derrington, bilim insanlarının, basında çıkan haberleri genellikle, uzmanlar için yazılmamış makalelerin uyamadığı –ve uyması beklenmeyen– bir standarda göre ölçtüklerini söylüyor. Tabii ki, bir gazetecinin bir konu hakkında belirttiği bir sayının doğru olması ve isimlerin doğru yazılmaları gerektiği hakkında herkes aynı görüşte. Ancak, gazete gibi popüler bir ortamda, bilimsel bir araştırmanın tüm tasarım ayrıntılarını, geçmiş araştırmaların tarihçesini ve diğer araştırmacıların ayrıntılı eleştirilerini, tüm yazarların isimlerini de içerecek bir biçimde belirtmek, istenilen bir amaç değil. Gazeteciler, onlara ayrılmış sütun ya da görsel yayıncılıkta, zaman ile sınırlıdırlar ve okurlarını/dinleyicilerini sıkmaktan veya kafalarını karıştırmaktan kaçınmaları gerekir. Basını eleştiren bazı bilim insanlarını kasteden Derrington "Bir yazı onların istediği biçimde yazılsa kimse okumazdı." diyor. Biz hiçbir şekilde, baştan savma yapılmış bir işi hoş göstermeye çalışmıyoruz. Ama, diğer yandan araştırmacılar da, Lee Hannah gibi, biraz daha insaflı olmalılar. Hannah, her ne kadar türlerin yok olmaları konusundaki hatalı haberlerden rahatsız olmuş olsa da, bunu halkın ilgisini araştırmalarına çekmek için ödenmesi gereken bedelin talihsiz bir parçası olarak kabul etmişti.

Muhabirler, her ne kadar ara sıra yanlış ya da bağlam dışı alıntılama yapsalar da, kendileriyle söyleşi yapılanlar şunu anlamalılar ki, gazetecilikte bir alıntı kutsal gerçek olarak değerlendirilir. Bir yazı birçok nedenden dolayı şu veya bu yönde taraf-

lı olabilir, ama tırnak işaretleri içindeki sözcükler "dokunulmaz" sayılır. Tabii, doğruluğa gösterilen bu saygı bile bazı istisnalara izin verir. Örneğin, bazı muhabirler söyleşi yaptıkları kişilerin gramerindeki ufak tefek hataları düzeltirler. Ama, tüm iyi niyetlerine ve özenli çabalarına rağmen, muhabirlerin de bazen hata yapıp, yanlış alıntı verdikleri olur. Bilim insanlarının da hata yapıp, söylediklerine sonradan pişman oldukları olmuştur. Konuştuğunuz gazeteciye, dediklerinizin "yayımlanmamak kaydıyla" olduğunu söylemediğiniz takdirde (ki, o zaman bile bir risk vardır) bir gazetecinin yanında söylediğiniz her şey alıntılanabilir. Onun için, sözcüklerinizi dikkatli seçmenizi öneririz. Yaban yaşamı biyoloğu Warren Aney'e bu ders pahalıya patladı. Emekli olduğu 1993 yılından önce on yıldan fazla bir süre Aney, Oregon Balık ve Yaban Yaşam Dairesi'nde bölge sorumlusuydu. Kuzeybatı Oregon'da, eyaletin beşte birini kapsayan ve neredeyse Batı Virginia büyüklüğünde bir bölgeden sorumluydu. Aney, yaban yaşamı konusunda bir bilim insanı olmadan önce, gazetecilik okumuştu ve kendini "medyadan-anlar" olarak nitelendiriyordu. Bölgesinde, örneğin balık üretme çiftlikleri ya da yetersiz yağış ile ilgili bir sorun olursa, yerel gazeteler onu aramadan, o onları ararardı. Bir gazeteden beklenmedik bir telefon gelirse hemen savunmaya geçmez, bunu "kamuoyunu eğitmek için bir fırsat" olarak görürdü. Sonuç olarak Aney, yanında çalışanlar için olduğu kadar, basın için de ulaşılabilir biriydi ve soruları olan gazetecilerin, ilgisiz bir halkla ilişkiler bölümü yerine öncelikle kendisi ile konuşmaları gerektiğini açıkça ifade etmişti. Başka bir deyişle, Aney, VI. Bölüm'de de önereceğimiz gibi, gazeteciler için iyi bir kaynak haline gelmişti.

Ama, Aney gibi "medyadan-anlar" birisi bile bazen boş bulunabilir. Böyle bir olay, Wallowa Dağları'ndaki Eagle Cap bölgesine bir tür Kanada koyununu yeniden yerleştirme planları hakkında bir yazı için yapılan bir söyleşi sırasında oldu. O zamanlar Aney, söz konusu bölgedeki evcil koyun cinsini oradan çıkartmak konusunda "çok yavaş davrandıklarından" dolayı ABD Orman Dairesi'ne kızgındı. Daire, Aney'in yeni türü yerleştir-

meyi düşündüğü bölgenin bazı yerlerinde çiftçilerin koyunlarını otlatmalarına izin veriyordu ve evcil koyunlar da, yabani türlere bulaşan ve onları öldüren zatürre cinsi bir hastalığın taşıyıcısıydılar. Program hakkında birkaç genel soru sorduktan sonra, gazeteci Aney'e, bu yeni türün yerleştirilmesi konusundaki en önemli engelin ne olduğunu sordu. Bu, son derece normal bir soruydu, ama Aney muhabirle fazla içlidışlı olmuştu. Bir an için boş bulunup, tam aklındakini söyledi: ABD Orman Dairesi.

Gazetede çıkan yazıda Aney, Orman Dairesi'nin bir engelleme politikası güttüğünü söylemiş olarak alıntılandı. "Gereğinden fazla doğru olarak alıntılandım," diyor Aney, ancak zamanla gelen bir hoşgörüyle. Olay üzerine kendisini makamına çağıran Orman Dairesi'nin bölgedeki en kıdemli yetkilisi, onun bu samimi ifadesinden "pek memnun olmadığını" açık bir dille belirtmiş. Aney, geriye dönüp bakınca, Orman Dairesi'nin, bu boşboğazlığına misilleme olarak, yeni koyun türü ile ilgili planların uygulanmasını yavaşlatmış olabileceğini de söylüyor. "İki yılda olabilecek şeyler, 10 yıl sürdü," diyor. Alınacak ders? Sabahları gazeteyi açtığınızda okumak istemediğiniz şeyleri, söylemeyin.

Duke Üniversitesi Tıp Merkezi'nde bir romatolog olan David Pisetsky, tıp araştırmacılarının bazen, sonradan basın tarafından tekrarlanınca mahçup etmenin de ötesine geçebilen bazı abartılı ya da dayanağı olmayan savlarda bulunabileceklerini söylüyor. Bu tür savlar, doktorlar için olduğu kadar, hastalar için de can sıkıcı olabiliyor. Pisetsky, bir defasında, ölümcül bir hastalığı olan bir hastanın kendisini iyileştireceğine inandığı "büyük bir buluşla" ilgili haberi bulmak için bir gününü harcadığını anımsıyor. Sonuçta, hoş olmayan bir deneyim olmuştu; çünkü ümitsiz durumdaki hastaya, haberlerde duymuş olduğu araştırmanın daha çok başlangıç evresinde olduğunu anlatmak zorunda kalmıştı. Başka bir seferde de, osteoartrit hastası olan annesine, haberlerde duyduğu bir "tedavinin" daha henüz "ortada olmadığını" anlatmak zorunda kalmıştı. Pisetsky, "insanları boş yere umutlandırıp, sonra da ortada gösterecek hiçbir şey olmaması" gibi durumları önlemek için, tıpla uğraşanla-

rın çalışmalarını gazetecilere anlatırken çok dikkatli olmalarını öneriyor.

İhmalden Doğan Hatalar

Basından yakınan bilim insanları, genelde çoğu daha önce bu bölümde açıklanan sansasyonel başlıklar ve hatalı alıntılar gibi çeşitli "bilerek yapılan" hatalardan söz ederler. Ancak medya daha az göze çarpan ama eşit derecede ciddi ihmalkârlıklardan dolayı da suçludur. Birçok iletişim araştırması bilim insanlarının haberleri, araştırma metodolojisi ve daha önce yapılmış araştırmalar hakkında yeteri kadar (ya da hiç) bilgi içermedikleri, sonuçların ilk aşaması hakkında niteleyici açıklamalarda bulunmadıkları ya da eleştirmenlerin de görüşlerine yer vermediklerinden dolayı, genellikle eksik olarak nitelendirdiklerini gösteriyor.[14] İlk bakışta belli olmayan daha belirsiz bir göz ardı etme örneği ise, yazılı ya da sözlü basına girmeyen haberler ve konulardır. Neyin haber olduğunu belirleyen yazılı olmayan ölçüler, günlük zaman sınırı baskısı, yayıncılar üzerindeki ticari talepler ve başka etkenler, medyanın neden haber yapmak için bazı olayları diğerlerine tercih ettiğini izah ediyor. Örneğin, diğer her şey eşit olsa, kayda değer üstünlük sıfatları (en yeni, en küçük, en soğuk vb) içeren ya da mantığa sığmayan veya beklenmeyen ("adam köpeği ısırdı" türü haberler) ya da güçlü bir duygusal yönü olan (sağlığımıza ya da malımıza daha önceden bilinmeyen bir tehdit veya dramatik bir tedavi yöntemi) olaylar yazılı ve görsel basında kendilerine yer buluyor.

Vikki Entwistle 1995 yılında *British Medical Journal*'da yayımlanan bir yazısında, İngiltere'nin önde gelen dört gazetesindeki tıp muhabirlerinin her hafta *Lancet* ve *British Medical Journal*'ın "İçindekiler" bölümlerini tarayıp, kanser ve AIDS gibi "kilit önemdeki" hastalıkları ve tanınmış yazarların adlarını aradıklarını söyledi.[15] Gazeteciler, o zamanlar London City Üniversitesi'nde öğrenci olan Entwistle'a, "sık rastlanan ve ölümcül hastalıklar; ender görülen ama ilginç ya da garip hastalıklar; cinsellikle bağlantısı olanlar; yeni veya geliştirilmiş tedavi

yöntemleri ve tartışmalı konular veya sonuçlar" hakkında haber yapmalarının daha olası olduğunu söylemişlerdi. Büyük ölçüde doğrulanan bu bulgular, *Lancet* ve *British Medical Journal*'da iki yıl boyunca yayımlanan yazılar üzerinde yapılan bir çalışmayla geliştirildi. Çalışma, gazetelerin, "iyi haber" veren (örneğin, koşmanın sağlıklı yaşam üzerindeki olumlu etkilerini gösteren) araştırmalar yerine, "kötü haber" veren (örneğin, yatakta anne babalarıyla birlikte uyuyan bebeklerin ölüm risklerinin daha fazla olduğu, gibi) araştırmaları yayımlamaya daha yatkın olduklarını ortaya çıkarttı. Kadın sağlığı, kanser ve üreme konuları üzerine yapılan araştırmalar gazetelerde orantısız olarak daha çok yer alırken, şeker, kalp hastalıkları ve yaşlılık üzerine yapılan araştırmalar ise yine orantısız olarak daha az yer alıyordu.

Bunun gibi biraz keyfi (ama anlaşılabilir) uygulamalar, kısmen de olsa, John Gordon'un *Blood* dergisinde yayımlanan yazısıyla, Prozac ve benzeri antidepresanların olası risklerinin (kötü haber) tüm dünya gazetelerinin başlıklarına taşınmasına neden olurken, Toronto Üniversitesi'nden bir grup araştırmacının sonradan *American Journal of Epidemiology*'de yayımladıkları ve aynı tür ilaçlarla Hodgkin-dışı lenfoma arasında bir ilişki bulmayan (iyi haber) yazılarının medyada çok az, hatta yok denecek kadar yer alışını da açıklıyor.[16]

Medyanın, politika olaylarını genellikle sürekli gelişen bir haber olarak yayımlamasına karşın, bilimsel olayları bir dizi kesintili, birbirlerinden bağımsız olaylar veya "atılımlar" ya da Tineke Boddé'nin de yazdığı gibi, bir "film" yerine, bir dizi "anlık fotoğraf" olarak ele almasını da gözden kaçırmamak gerekir.[17] Bilimin böyle talihsiz bir şekilde ele alınması, bilimsel sonuçların nihai, değişmez son noktalar oldukları yolunda yanlış bir inanca da neden oluyor. Dolayısıyla, yeni araştırmalar eski bulguları değiştirince halk da, sanki bilim insanları ayaklarının altındaki halıyı çekiyorlarmış gibi, kandırıldığı duygusuna kapılıyor. Bilimsel araştırmaların bu şekilde, bir "beklenmedik gelişmeler dizisi" olarak sunulmasının bir başka talihsiz sonucu da, yeni araştırmalar bilimsel bir alanda adım adım ilerlemeler yarattıkça, ha-

beri güncellemek için görünürde bir neden olmaması ve böylece halkın ciddi anlamda bilgisiz kalmasıdır.

Bu da, içerdiği risklere rağmen, bilim insanlarının medyanın bilimsel konuları işlemesini etkilemek için daha fazla bir şeyler yapmaları için fazladan bir nedendir.

III. Bölüm

Gazeteciler Yaptıklarını Neden Yaparlar

Gazeteciler ve bilim insanlarının sık sık verimli işbirlikleri yaşadıkları olduğu gibi, ters düştükleri anlar da olur. Daha önce de sözünü ettiğimiz gibi gazeteciler, genellikle haber yazdıkları konuların bir kısmında ya da hiçbirinde, çok fazla bilgi sahibi değillerdir; bilim insanları da, genellikle çalışmalarını etkin bir biçimde anlatamazlar. Bunlar ciddi sorunlar da olsalar IV., V., VI. ve VII. bölümlerde göreceğimiz gibi, bazı yollarla kısmen de olsa giderilebilirler.

Yazılı ve görsel basının ekonomik gerçekleri ve internetin, halk tarafından giderek artan bir şekilde bir haber kaynağı olarak kullanılması, mevcut eksikliklerine ek olarak bilim haberciliğine yeni bir yük getirmektedir. Bu sorunların çoğunun, kısa bir süre içinde bırakın çözümlenmesi, ele alınmaları bile pek olası değil. Bir bilim insanı olarak, kitle iletişim kültürünü değiştiremeyebilirsiniz, ama en azından medyanın bilime yaklaşma tar-

zının düzelmesine yardımcı olabilirsiniz. Sizinle, medyadaki kalem, mikrofon ve kamera taşıyan karşıtlarınız arasındaki sürtüşmenin nedenlerini anlayabilirseniz, sorunları öngörmeniz ve dolayısıyla medyanın bilimi daha iyi izlemesine bir katkıda bulunmanız da o denli kolaylaşır. En azından, sorunlarla karşılaştığınız zaman, neyin yanlış gittiğini anlamış olursunuz.

Bilim Haberleri ve Kullanabileceğiniz Haberler

Fikirlerini ya da araştırmalarını kamuoyuna duyurmak isteyen bilim insanlarının karşısındaki en büyük engel, Amerikan medyasında bilim ile ilgili çıkan haberlerin genel olarak zaten yetersiz olması ve hatta bazı durumlarda iyice azalmış olmasıdır. Üç büyük ticari televizyon kanalının gece haberlerinin içerikleri üzerine yapılan bir araştırma, bilimsel konulara ayrılan zamanın 1977'de % 4 iken, 2001'de % 11'e çıkmış olmasına rağmen, 2003 yılında % 2'ye gerilemiş olduğunu göstermektedir.[1] (Benzer şekilde, Amerikan gazetelerinin baş sayfalarında yer verdikleri haberlerle ilgili olarak yapılan geniş çaplı bir araştırma da, bu haberlerin sadece % 2'sinin bilim ile ilgili olduklarını göstermiştir.)[2] Gazeteler de, son 30-40 yıl içinde bilimsel haberlere ayırdıkları yeri arttırmışlarsa da, bu son yıllarda düşüşe geçmiştir. 1978 yılında, ABD'de yayımlanan sadece bir gazetenin (*New York Times*) haftalık bilim eki varken, bu sayı 1986'da altmış altıya çıkmıştır.[3] Ama o zamandan bu yana, bu eklerin büyük çoğunluğu ya kaldırılmış ya da sağlık, teknoloji veya bunlara benzer daha tüketiciye-yönelik konuları kapsayan eklere dönüşmüştür.

Bilimle ilgili haberlerin basında az (ve giderek de azalan) miktarda yer almasının nedeni, kısmen de olsa bilimin, bir haber konusu olarak gerçek değerinin altında algılanıyor olmasıdır. Bir başka neden de, gazete okurlarının ve televizyon haberleri izleyicilerinin sayısındaki genel düşüş ve bu tür medya izleyicilerinin demografik yapısındaki değişimdir (özellikle de, 20-50 yaşları arasındaki yetişkinlerin ve üniversite mezunlarının kaybı, yani reklam verenlerin, harcama alışkanlıklarını pek sevdiği iki grup). Bu tür medyayı izleyen bu kitlenin yaşlanması ve küçül-

mesi genelde, her tür habere ayrılan sayfa ve dakika sayısının da azalmasına neden olmuştur. Bu konuda yapılan bir araştırmaya göre, yarım saatlik bir akşam haber kuşağında salt habere ayrılan süre, 1991 ile 2002 yılları arasındaki 12 yıl içinde % 11'lik bir düşüşle, 21 dakikadan 18,7 dakikaya inmiştir.[4] Aynı zamanda, kamuoyu yoklamaları, özellikle bilim ve teknoloji haberleri okumak isteyenlerin sayısında da bir düşme olduğuna işaret etmektedir. Her ne kadar, 2003 yılında yapılan bir araştırmaya göre, Amerikalıların % 87'si bilimsel buluşlarla "ilgilendiklerini" söylemiş olsalar da bu bulgu, insanların bilimi, yakından takip ettikleri diğer konulara göre daha aşağıdaki sıralara yerleştirdiklerini gösteren anketlerle yalanlanmaktadır.[5] 1996 ile 2002 yılları arasında bilim, bu sıralamada altıncı sıradan sekizinciye gerilemiştir.[6]

Kısmen bunun bir sonucu olarak, gazetelerin zaten tek konuya bakan bilim muhabirleri kadrosu daha da küçülmüştür. Televizyonculukta, sadece çevresel konularla görevlendirilmiş tek bir haber yapımcısı ya da muhabir yoktur. Eskiden, haber kanallarının ayrı birer bilim ve sağlık muhabirleri varken, bugün genelde bir muhabir her iki konuyu da izlemektedir. Yukarıda da belirtildiği gibi, 1980'lerde ve 90'larda *Sacramento Bee*, *San Jose Mercury News*, *Dallas Morning News* ve *Minneapolis Star Tribune* de dahil, gazetelerin verdikleri bilim eklerinin çoğu artık yayımlanmamaktadır. Gazetecilik profesörü Deborah Blum, bugünkü televizyon programları ve günlük gazetelerin genelde daha az bilim ve daha çok psikolojik ve fiziksel sağlık ya da hava durumu gibi, "kullanılabilir haber" verdiklerini söylüyor.

İşin iyi tarafına bakacak olursak, kamuoyu bilimin pratik uygulamalarını öğrenmek konusunda son derece meraklıdır. Örnek olarak, sağlık haberlerini "çok yakından" izleyen insanların sayısı, suç ve toplum haberlerini takip edenlerin hemen arkasından gelmekte.[7] Sağlık haberleri ise spor, yerel yönetim, ulusal politika ve uluslararası haberlerin önünde yer alıyor.[8] Bu ilginin somut sonuçları var. Teresa Schrader tarafından doktorlar arasında 2003 yılında yapılan bir araştırmaya göre, haberler

doktor-hasta ilişkilerinde belirgin bir etki yapıyor. Araştırmaya yanıt veren doktorların büyük bir çoğunluğu, medyanın hastaları için önemli bir tıbbi bilgi kaynağı olduğunu söylemiş ve % 80'den fazlası da, kendilerinin de zaman zaman tıbbi gelişmelerden medya vasıtasıyla haberdar olduklarını belirtmiş. Üçte birinden fazlası ise, klinik uygulamalarını sağlık haberlerine dayanarak değiştirdiklerini söylemiş.

Sağlık ve tıp ile ilgili haberlerin bu kadar popüler olmalarının nedeni ise, insanları doğrudan etkilemeleri. Bu noktayı, tekrar tekrar vurgulayacağız, çünkü sizin işiniz yaban yaşamı, okyanuslar ya da yıldızlara odaklı olsa bile, işiniz hakkında insanların kendi yaşamlarıyla ilişkilendirerek konuşmanız çok önemlidir –sağlıkları gibi.

Kötü Haber

Bilim haberciliği iyi yapıldığında kamuoyunu doğanın şaşırtıcı karmaşıklığını takdir etme ve onu anlamanın zevkine varma yönünde esinlendirebilir. İnsanlara, sağlıklarını iyileştirmek ve çevrelerini korumak için güç verebilir. Ama aynı zamanda, yanlış bilgilendirmeye ya da heyecana yol açabilir. Bazı gazetecilik profesörlerinin, günümüz gazeteciliğindeki sorunları örneklemek için kullandıkları 1990 yılından bir olaya bakalım.

"Sağlık Haftası'na hoş geldiniz. Bugün AIDS hakkında yeni araştırmalarla ilgili haberlerimiz var."[9] CNN kanalının, 2 Haziran 1990 günündeki *Sağlık Haftası* programı böyle başlamış ve hipertermi adı verilen, henüz deneme niteliğindeki yeni bir AIDS tedavisini anlatmıştı. Frengi gibi ciddi enfeksiyonların ve ilerlemiş bazı kanser türlerinin tedavisinde zaman zaman kullanılan bu yöntem, hastanın kanının bir atardamardan boşaltılmasını ve bir ısıtıcıdan geçirildikten sonra, yeniden vücuda geri verilmesini içermekteydi. Isıtma işleminin amacı, kanser hücrelerini ve enfeksiyonu öldürmek ve vücudun savunma mekanizmasını desteklemekti. CNN'in haberi, kanın bu şekilde ısıtılmasının birkaç ay önce AIDS tadavisinde ilk olarak (ve o zamanlar tek) kullanılmasını anlatıyordu.

Carl Crawford, diğer bulguların yanı sıra, mavi-siyah lekelere neden olan ve AIDS ile ilişkili bir kanser türü olan Kaposi sarkomuna yakalanmış ağır bir hasta olarak tanımlanmıştı. Kanı, genel anestezi altında vücut sıcaklığı, normal koşullarda ölümcül olacak seviyenin çok üzerinde bir değer olan 42°C'ye ulaşana kadar yavaş yavaş ısıtılmıştı. İki saat sonra da, hasta yavaş yavaş soğutulmuştu.

Tek bir olayın, bir tedavinin işe yaradığını kanıtlamak için yeterli olamayacağını belirtmekle ve adı verilmeyen bir doktorun bu tedavinin etkinliği ile ilgili kaygılarını da dile getirmekle birlikte, CNN muhabiri Dan Rutz bu yöntem hakkında son derece iyimser bir tablo çizdi ve Crawford'un Kaposi sarkomu belirtilerinin "iyileşmeye ve solmaya" başlamış olduğunu söyledi. Üstelik, sonradan yapılan "tıbbi testlerin AIDS enfeksiyonu ile ilgili bir bulgu göstermediğini" de ekledi. Crawford'un, haber akışı içinde birkaç kez konuşan ve o zamanlar Atlanta Hastanesi'ndeki Atlanta Sağlık ve Akciğer Kliniği'nde görevli doktorlar Kenneth Alonso ve William D. Logan, Jr. da ihtiyatlı bir iyimserlik sergilediler. Haberde konuşan Crawford da heyecanla, "Tabii doktorlar iyileştiğimi söyleyemezler," demişti. "Ama ben kendimi iyileşmiş hissediyorum. Gerçekten de!"

CNN'in ulusal yayınından önce bu haber, CNN ve NBC'nin Atlanta'daki anlaşmalı kuruluşu olan WXIA-TV televizyonunda yayımlanan bir habere de konu olmuştu. Ama CNN'in programı, ülke çapında televizyon, dergi ve haber ajanslarında bir haber furyasına neden oldu. Çoğu, kanıtlanmamış bu tedaviye CNN'den çok daha kuşkucu bir tavırla yaklaşıp, bağımsız araştırmacıların dile getirdikleri tereddütlere haberlerinin sonu yerine daha en başında yer verdiler. Yine de, Alonso ve Logan'ın ikinci bir hastaya da aynı tedaviyi uyguladıkları yaklaşık iki ay boyunca, kanıtlanmamış bu ısı yöntemi, olası bir AIDS tedavisi olarak haberlerde çoğunlukla olumlu görüşler almaya devam etti. Hatta, bir noktada, ikinci hastanın tedavisi aşamasında CNN, Atlanta Hastanesi'nden canlı yayın yaparak, tıbbi bir araştırmanın bu erken aşamasını ulusal felaketler, uçak kazaları ve ünlüle-

rin mahkemeleri ile eşit düzeyde bir medya olayına döndürdü.[10] Isıtma yöntemine kuşkuyla yaklaşan diğer AIDS araştırmacıları ise, bu vakitsiz medya ilgisine kızmışlardı. Ama umutsuz AIDS hastaları, çıkan haberlerin çoğuna göre umut verici olan bu tedavi yöntemini denemek için sıraya girmeye çalışıyorlardı. Araştırmacılar, dediklerine göre, günde 1000 civarında soru yanıtlamak zorunda kalmışlardı.[11] New York'lu bir doktor tarafından yürütülen bir araştırma, AIDS tedavisi ile uğraşan doktorların çok büyük çoğunluğuna, hastalarının hipertermi tedavisi konusunda sorular sorduğunu ortaya çıkardı.[12]

Ardından, Ağustos ortalarında, hipertermi tedavisi gören üçüncü hasta öldü. Bunun üzerinden çok fazla zaman geçmeden, Ulusal Alerji ve Bulaşıcı Hastalıklar Enstitüsü'nden bir ekip, araştırma hakkında üçüncü hastanın ölümünden önce başlatılan bir soruşturmanın sonuçlarını açıkladı. Ekip, kan ısıtmanın bir AIDS tedavi yöntemi olarak kullanılması için "görünürde hiçbir klinik, imünolojik ya da virolojik destek bulunamadığı" sonucuna varmıştı.[13] Ekip, ayrıca, Crawford'un hiçbir zaman Kaposi sarkomuna yakalanmamış olduğunu da ortaya çıkarttı –hastalığının, bakteriyel bir enfeksiyon türü olan "kedi tırmalaması ateşi" olduğunu tahmin ediyorlardı. Resmi müfettişler de, Atlantalı doktorların söylediği gibi Crawford'un durumundaki iyileşmenin, ameliyat sonrası enfeksiyonları önlemek amacıyla kullanılan antibiyotiklere verilen kısa vadeli bir yanıttan başka bir şey olmadığı sonucuna vardılar. İkinci hasta ise, hiçbir zaman en ufak bir iyileşme belirtisi göstermedi. Müfettişler, "Bu alanda, şu anda insanlar üzerinde daha fazla deney yapmak için", herhangi bir neden olmadığını da söylediler. Alonso, uzun yıllar, insan üzerindeki deneylere devam etmek için izin almaya çalıştıysa da, başarılı olamadı. Sonunda, doktorluk ruhsatı Georgia Eyalet Müfettişler Kurulu tarafından ve bu olaydan bağımsız olarak, kanser hastalarına uyguladığı "etik olmayan ve tehlikeli" tedaviler nedeniyle donduruldu.[14] Bu arada Atlanta Hastanesi de, başka bir doktorun neden olduğu ölümlerden dolayı, eyaletin işletme izinlerini ip-

tal etmesini beklemeden, 1990 yılının sonlarına doğru kapılarını kapattı.

Ne olmuştu? CNN neden zaten iyi işlemeyen bir hastanede çalışan tanınmamış bir doktorun öne sürdüğü denenmemiş bir tedavinin çığırtkanlığını yaparak, binlerce AIDS hastasının ve ailelerinin boş yere umutlanmalarına neden olmuştu? Bu her ne kadar ürkütücü ciddiyette bir örnek olsa da, günümüzdeki Amerikan gazeteciliğinin, özellikle de televizyon haberciliğinin bazı kusurlarını gözler önüne sermektedir.

Parayı Takip Et

Her ne kadar bunu bilmeseler ya da asla kabul etmek istemeseler de, gazeteciler ve bilim insanları temelde aynı hedefleri amaçlarlar: gerçeği bulmak ve söylemek. Paylaşılan bu amaçların, ortak bir zemin için sağlam bir temel oluşturmaları gerekir. Gazetecileri bilim insanlarından ayıran ve bir dereceye kadar da kızdıran, her iki mesleğin de gerçeği aramak, doğrulamak ve yaymak için kullandıkları farklı yöntemlerdir. Önemli bir fark ise, araştırmaları sırasında bağlı kaldıkları değer yargılarıdır.

Silent Spring (Sessiz İlkbahar) adlı kitabın yazarı Rachel Carson'un sözleriyle bilim, "deneyimlediğimiz her şeyin ne'si, nasıl'ı ve nedeni'dir."[15] Bilim insanları kuramları kanıtlayacak ya da çürütecek soruları araştırırlar. Gözlem yapma yöntemlerini geliştirirler. Olayları gruplayıp, aralarında fark yokmuş gibi görünen olguları anlayabilmek için doğada örgüler ararlar. Bunun tersine, Minnesota Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü olan Gary Schwitzer'e göre, "gazeteciliğin güdüsü yeni olandır." Hipertermi haberi 1990 yılında yayımlandığında, Schwitzer CNN'in tıp haberleri bölümünün başıydı. CNN'in olayı yanlış anladığını, çünkü editörlerin (bu yayına ısrarla karşı çıkmış olan Schwitzer hariç) kan ısıtma yöntemi hakkında yayın yapan ilk ulusal haber kanalı olmak istediklerini söylüyor. "Ben ise, yavaş ama doğru bir ikinci olmak taraftarıydım," diyor; ama itirazı reddedilmişti. Üstleri, yeni bir AIDS tedavisinin kaçırılmaması gereken bir haber olduğuna karar ver-

mişlerdi ve başka bir kanala kaptırmak istemiyorlardı. Schwitzer, haberi yayında gördüğü zaman, "Sanki vücuduma bir bıçak saplanmıştı," diyor ve araştırmada, muhabirlerin kuşkulanmaları gereken birçok yön olduğunu ekliyor. Atlanta Hastanesi, birçok hasta ölümünden dolayı federal soruşturma altında olan 50 yataklı bir devlet hastanesiydi. Doktorların kanıtlanmış bir araştırma geçmişleri yoktu ve henüz bağımsız bir değerlendirmeden geçmemişlerdi (Ulusal Bulaşıcı Hastalıklar Enstitüsü ekibi henüz onları araştırmaya başlamamıştı). Schwitzer "İşte o zaman, artık o kanalda çalışmaya devam edemeyeceğime karar verdim," diyor.

Haber kanalları, yeni olaylara çoğunlukla parasal nedenlerden dolayı odaklanırlar. Kâr amacı gütmeyen ve göreceli olarak daha az seyircisi olan devlet televizyon kanallarının aksine, televizyonlar kâr etmeleri beklenen şirketlerdir. Bunu da, reklam zamanı satarak gerçekleştirirler. Amaç, diyor Columbia Üniversitesi'nde gazetecilik profesörü olan Richard Wald, "sizleri bilgilendirmek değildir." NBC Haberleri eski yönetim kurulu başkanı ve ABC Haberleri kıdemli başkan yardımcısı olan Wald, 1980'lere kadar federal düzenleyici yönetmeliklerin, televizyon kanallarının kâr amaçlarını, kamu hizmeti yükümlülükleri ile dengelemelerini istediğini söylüyor. Ama Federal İletişim Komisyonu kurallarında yapılan ve yayıncılık sektöründeki kısıtlamaları kaldıran değişiklikler ve kanal mülkiyetlerinin tek elde toplanması bunu değiştirdi. Wald, "Şimdi tüm bunların gelip dayandığı yer para kazanmaktır." diyor. Bu da, bir yayını izleyen hane sayısının bir göstergesi olan ve reyting denilen izlenme oranlarını arttırmak için körü körüne bir çabaya yol açtı. Örneğin, WXIA-TV'nin hipertermi araştırması haberi üzerine ilk yayını Mayıs ayının sonlarına doğru, televizyon kanallarının sansasyonel programlarla seyirci sayılarını arttırma çabaları içinde oldukları bir "tarama haftası" içinde olmuştu. Tarama haftası boyunca bir kanalı seyreden izleyicilerin sayısı (milyonlarca kişiye gönderilen anket formları vasıtasıyla belirlendiği üzere), bir sonraki çeyrek yıl içindeki reklam ücretlerini hesaplamak için kulla-

nılır. Bu kritik haftalar içinde sağlık haberleri, medyanın arıları olan seyirciler için, bal sayılır.

Bazı eleştirmenler, yayıncıların Dr. Alonso'nun ısı tedavisi araştırmasının önemini, sadece izlenme oranlarını arttırmak için abartmış oldukları yolunda bir yorumda bulundular.[16] Bu kuram tümüyle doğru olmayabilir ama içinde hatırı sayılır bir doğruluk payı olduğu da bir gerçek. *Time* dergisinden bir muhabir kendisine, hastaneden canlı yayın yapmanın böyle kanıtlanmamış bir araştırma haberi için doğru olup olmadığını sorduğunda, CNN'in o zamanki halkla ilişkiler müdürü Steve Haworth şöyle demişti: "O anda neler olduğuna bağlı. O gün elimizde daha iyi bir sıcak haber yoktu."[17]

Genellikle, televizyon programları izlenme oranlarını ya da haber dergileri satışlarını arttırmak istediklerinde tıp ve sağlık haberlerini ön plana taşırlar. Ama bu tür haberleri üretip yazabilecek nitelikte muhabirler ucuz değildir ve birçok yayıncı da masrafları kısmaya çalışmaktadır. Televizyon seyirci sayısı giderek azalıp, internetin oluşturduğu rekabet de arttıkça, televizyon haberlerinin reklam geliri düşüş göstermeye başlamıştır. Günlük gazeteler ve birçok dergi de benzer parasal zorluklar içindedir. Medyada yaşanan birleşmelerin daha fazla gazete ve televizyon kanalını, o haber organlarının hizmet verdiği toplumla duygusal hiçbir bağı olmayan uzaktaki patronlara hesap verir duruma getirmiş olması, bu sorunu daha da karmaşık yapmıştır. Bugün, ABD'deki günlük tirajın % 70'ini karşılayan gazeteler sadece 22 şirketin, tüm radyo istasyonlarının % 23'ü sadece 20 şirketin mülkiyetinde olup, yalnızca 10 medya şirketi tüm televizyon kanallarının % 30'u vasıtasıyla ülkedeki evlerin % 85'ine ulaşmaktadır.[18]

Şirket sahiplerinin elde ettikleri kârlar, aslında nitelikli muhabir çalıştırmalarına yeterlidir ama bu şirketler, ekonominin diğer kesimleri ile orantısız bir şekilde, olağanüstü kâr peşindeler. Bu da, haber merkezlerine ayrılabilecek para miktarını kısıtlar. Örneğin, seyirci sayısındaki düşüşe rağmen, televizyon kanallarının kâr marjları genelde % 50 civarında, bazen de daha yüksektir. Büyük şirketler tarafından işletilen gazetelerin kâr marjları ise, bu

şirketlerin gazeteleri geniş çapta almaya başladıkları 1970'lerden önce bağımsız gazetelerin kazandıkları yaklaşık % 10 civarındaki marjların aksine, % 20-30 civarındadır.[19] Öyle bile olsa, "Haber şirketlerinin sahipleri daha yüksek kârlar istiyorlar," diyor Gazetecilik ve Doğal Kaynaklar Enstitüsü müdürü ve *Wall Street Journal* eski çevre editörü ve büro şefi Frank Allen. "Yüksek kâr ise, ancak daha yüksek gelir ve daha düşük maliyet ile olur. Sonuç olarak da haber şirketleri haber toplama bütçelerini kısarken, ürünlerini daha etkili dağıtma yollarına yatırım yapıyorlar." Richard Wald, bunun sonucu olarak ticari televizyon programlarının kalitesindeki düşüşün, izleyici sayısında, uzun süreyle taşınması mümkün olmayan bir azalma ve düşen reklam gelirlerinin oluşturacağı bir kısır döngüye neden olacağını söylüyor.

Bu mali etkenler gazetecileri de doğrudan etkiler. Örneğin, televizyon kanallarının haber merkezlerindeki ortalama muhabir sayısı 1985'te 77 ile en yüksek düzeyine eriştikten sonra % 30 azalarak, 2002'ye gelindiğinde 50'ye düşmüştü.[20] Aynı süre içinde, bir muhabirin hazırladığı ortalama haber sayısı da % 30 arttı –kuşkusuz, çıkan işin kalitesini de etkileyen bir iş yükü artışı. ABD'nin batı bölgelerinde çıkan 285 günlük gazeteyi kapsayan ve doğal kaynaklar ve çevre gazeteciliğinin durumu hakkında 2003 yılında yapılan bir araştırmada Allen, editörlerin % 83'ünün, daha iyi bir haberciliğin önünde duran en önemli engel olarak muhabir sayısının azlığını belirttiklerini söyledi.[21] Allen aynı zamanda, bu gazetelerdeki çevre muhabirlerinin % 80'inin sık sık asıl görevlerinden alınıp yangın, fırtına ya da şiddet içeren suçlar gibi acil haberlere yönlendirildiklerini gördü. ABD'nin en büyük ve saygın gazetelerinin dışında çoğu gazete, ya bu konuya tahsis ettiği bir tek muhabirle idare ediyor ya da hiç muhabir ayırmıyor.[22] Aynı şey, yazılı ve görsel basında sağlık, uzay, bilim ve diğer teknik konular için de geçerli.

Gary Schwitzer, 2003 yılında, Minneapolis'deki şebeke bağlantılı dört televizyon kanalından bir tanesinin bile tam-zamanlı bir sağlık muhabirinin olmadığını yazdı (üstelik, söylendiğine göre, bu kanallardan bir tanesinin % 70'lik bir kâr marjı olduğu

halde).[23] O yılın ilkbaharında dört ay süreyle bu kanalların sağlık haberlerini sistematik olarak takip eden Schwitzer, *British Medical Journal*'da yayımladığı bir makalede, bu süre içinde 58 farklı muhabirin bu dört kanal adına sağlık haberleri yaptığını yazdı.[24] "Bu korkunç bir durum," diyor gazetecilik profesörü. "Bir alanı her gün sahiplenmezseniz, o zaman bir sahiplenme duygunuz da olmaz." Bu da, muhabirlerin kaliteli bir habercilik için gerekli uzmanlığı ve ilişkileri oluşturamayacakları anlamına gelir. Schwitzer, böyle teknik alanlara belirli muhabirler atamamanın neden olduğu sorunların, eğitim ve konferansları yerinde izlemek için ayrılan bütçelerin çok dar ya da neredeyse yok olmalarıyla daha da karmaşık bir hale geldiklerini söylüyor.

Kolay Çıkış Yolu

Haber merkezinde karşı karşıya kaldıkları baskıyı dengelemek isteyen muhabirler işlerini biraz daha kolaylaştırmak için, bazı kestirme yöntemler geliştirmişlerdir (genellikle, kaliteli gazetecilik pahasına).

Araştırmayı Soyutlayarak Ele Almak

Gazetecilik, bilim haberciliği ile her zaman bire bir uyuşmayan kavramsal bir çerçeve üzerine kurulmuştur. ABD'deki ilk gazeteciler, göreceli olarak belirgin bir başlangıçları ve sonuçları olan duruşmalar, suçlar, yangınlar gibi münferit olayları bildiriyorlardı. Hâlâ da, asıl görevleri bu. Halbuki bilim, bir olay değil bir süreçtir (ya da, daha renkli bir söyleyişle, patlayan değil, damlayan haberdir). Suçlar ve afetlerin aksine, belirgin bir başlagıcı ve sonu olmadan adım adım ilerler. Dünya hakkındaki bilgilerimizin sürekli değişen durumunu yansıtır. Diğer konularda gazeteciler, bir haber üretmek için genelde olayın ya da onun belirlenebilir bir yönünün (bir ceza davasında duruşmanın tamamlanması gibi) sonuçlanmasını beklerler. (Aşamalı olarak gelişen bir ABD başkanlık seçim kampanyasının takibi bir istisna olup, başka nedenlerden dolayı sorunlu olsa da, bilim muhabirleri açısından bir örnek olarak değerlendirmeye değebilir.) Ancak, bi-

limsel bir haber hazırlamakta olan muhabirlerin haberin kapanış bölümünü beklemeye tahammülleri yoktur, çünkü bilgi arayışı sonsuza dek sürer. Frank Allen, bilimsel haber hazırlamaya alışkın olmayan muhabirleri kastederek, "Bu, kesinlik diyetine alışkın biri için sinir bozucu olabilir," diyor.

Gary Schwitzer, bilimi kıvrılarak akan bir nehre benzetiyor. Önce bir yöne, sonra diğer yöne akan bir su gibi, araştırma sonuçları da daha önceden kabul edilmiş bilgileri bazen doğrular, bazen de yadsırlar. Bazen, tümüyle beklenmeyen bir yöne işaret ederler. Muhabirler, diyor Schwitzer, bilimsel araştırma bulgularını, bir nehrin sadece bir kısmını gören bir gezginin onu anlatması gibi anlatmak eğilimindedirler. Son bulguyu alırlar ve onu, "sanki Tanrı kelamıymış gibi" sunarlar. Sonuçta, bir hafta "süper aspirin" olarak nitelendirilen bir ağrı kesici, bir sonraki hafta bir "katil" olabilir. "Halk, işte bu yüzden bir oraya, bir buraya savruluyormuş hissine kapılıyor," diyor Schwitzer.

Sadece Yüzeye Bakmak

Politikanın, suçların, afetlerin ve benzerlerinin tarihçileri olan gazeteciler, bir öykünün "kim", "ne", "ne zaman" ve "nerede"sini öğrenmek ve anlatmak için etkili teknikler geliştirmişlerdir. Bu teknikler gazetecilik okullarında olduğu kadar, haber merkezlerinde de deneyimli muhabirlerden acemilere aktarılır. Frank Allen, gazeteciliğin "neden" ve "bunun anlamı ne" sorularını yanıtlamakta ise –ki bunlar bilimsel öykülerde, bir konunun kritik önem kazanan özellikleridir– bu kadar iyi olmadığını söylüyor. Yine, küresel ısınma konusunu ele alalım. Muhabirler için zorlu bir konudur ve genellikle de kötü bir biçimde işlenir. "Kim" olağan bir suçlu değil (çünkü herkes) ve "nerede" de olağan bir yer değil (çünkü her yer). Ama küresel ısınmada önemli olan "bunun anlamı ne" sorusu, yani ısınmanın ekolojik, fiziksel ve ekonomik sonuçlarıdır. Bunu iyi anlatabilmek için atmosfer fiziği, iklim tarihçesi, iklim modellemesi, ekoloji, ekonomi ve eğer haber çözümlere de değiniyorsa, politika ile aşina olmak gerekir. Ayrıca, zaman ister. Ve zaman zor bulunan bir şeydir. Illinois'de bir

televizyon haber sunucusu ve çevre muhabiri olan Matt Hammill, çalıştığı kanaldaki muhabirler bir haberi hazırlarken, "Haber merkezinde sorulan ilk soru, bunu bir günde yapıp yapamayacağımızdır," diyor. Karmaşık konuları seçmeye özendirecek bir yaklaşım değil. Hammill'e göre ikinci soru da, kısıtlı yayın zamanı için olan şiddetli rekabeti gösteriyor: "Şuradaki muhabirin elinde bir çifte travesti cinayeti var, sende ne var?" Hammill, böyle bir ortamda günlük haber akışının, kendisi ve iş arkadaşlarının deyimiyle "flaş haber ve süprüntü haber"den öteye geçmesinin zor olduğunu, küresel ısınma gibi bir konunun dışlanmasının da olağan olduğunu söylüyor.

Bu eksikliklerin ışığında, bilimin her yönü ile ilgili haberlerin genelde son derece sığ olması da şaşırtıcı gelmemeli. 1995 yılında Radyo ve Televizyon Haber Müdürleri Vakfı adına 302 yerel kanalda televizyon haber müdürleriyle yapılan bir çalışma, sağlık ve tıp haberlerinin beklendiği gibi, daha karmaşık konular yerine, "büyük atılımlar" ve bunun gibi haber yapması kolay konulara odaklandığını gösteriyor.[25] Bu kanalların % 96'sının haber müdürü, araştırmadan önceki bir ay içinde hastalıklar gibi sağlığı tehdit eden konular hakkında haber yayınladığını, % 92'sinin haber müdürü ise, tıbbi atılımlarla ilgili haber yaptıklarını söyledi. Buna karşın, çok az sayıda kanal ilaçların parasının nasıl ödendiği, tıbbi bakımın kalitesi ya da sağlık hizmetlerinin nasıl verildiği hakkında haberler yapmışlardı. Radyo istasyonlarının sadece % 30'u, o zamanlar hâlâ çok yeni olan Sağlık Koruma Örgütlerinin nasıl çalıştıkları hakkında, sadece % 34'ü doktor-hasta ilişkileri hakkında ve sadece % 58'i sağlık hizmetlerinin ücretleri hakkında haber yapmışlardı.[26] Televizyon seyircilerini kapsayan benzer bir araştırma da, insanların sağlık hizmetleri hakkında verilen yerel haberlerin yüzeyselliğinden genellikle şikâyetçi olduklarını gösterdi. Tüm bu bulguları özetleyen bir rapor ise, "Yerel televizyon haberlerinin, bu tür haberleri daha kapsamlı vermek için gerekli zaman ve kaynakları ayırmaları gerektiği," sonucuna vardı.[27] Görünüşe bakılırsa, yapılan öneriler dikkate alınmamış.

Sürüyü Takip Etmek

Gazetecilerin, kendilerinin inatla her şeyden kuşkulanan kişiler oldukları hakkındaki yargılarıyla dalga geçen bir gazetecilik esprisi şöyle der: "Annen 'Seni seviyorum,' dese bile doğrula." Gazeteciler, her ne kadar yansız bağımsızlıklarını her fırsatta öne çıkarmaktan gurur duysalar da, yine de yazılı ve görsel basında yer alanların çoğu, diğer gazetecilerin başka yerlerde yapmış olduklarının biraz değiştirilmiş halidir. Bu uygulama o kadar yaygındır ki, gazeteciler bunun için kendi küçümseyici deyimlerini yaratmışlardır: Sürü gazeteciliği. Gary Schwitzer, CNN'in tıp bölümünün başındayken, muhabirlerin ve editörlerin özgün iş çıkartmaktan değil, başkalarının yaptıklarını tekrarlamaktan dolayı ödüllendirildiklerini söylüyor. "Eğer başkalarında olanlar sizde de yoksa, bunun hesabını vermek zorunda kalırdınız." Schwitzer'e göre bu anlayış, CNN'in hipertermi haberi konusunda neden anlaşmalı kuruluşu olan WXIA-TV'nin peşinden gittiğini ve düzinelerle yazılı ve görsel basın kurumunun, CNN'in ulusal yayınının ardından sürüye katıldıklarını açıklayan etkenlerden de biri.

Önceden Belirlenmiş Bir Görüşü Desteklemek İçin Söyleşilerden Yararlanmak

Bilim insanları gazetecilerin bazen, daha kendileriyle söyleşi yapmadan haberlerini yazmış olduklarından ve söyleşinin amacının önceden belirlenmiş bir görüşün altına bir isim ya da resim yapıştırmaktan ibaret olmasından şikâyetçiler. Görünüşe aldanmamak gerektiğini söyleyebilmeyi isterdik, ama bu ne yazık ki yaygın bir uygulama. Çalışan bir gazeteci olarak, birimiz (Daniel Grossman) bunu birçok kereler yapmış. Ama, okuduktan sonra sizin de hemfikir olacağınızı umduğumuz gibi, gerçekler göründükleri kadar kötü değiller.

Gazeteciliğin iki temel yönü vardır: içerik ve stil. İçerik, olgulardır –haberin ne hakkında olduğu ve nasıl canlandırıldığı. Stil ise, haberin nasıl anlatıldığıdır– konuyla ilgili dünya görüşü ve tezin inandırıcılığı. Deneyimli radyo spikeri ve *Here and*

Now adlı radyo programının eski sunucusu Bruce Gellerman'ın da dediği gibi, içerik haberin "özü", stil ise "eylemi"dir. Kongre toplantılarını ve benzeri yayınları sansürsüz yayınlayan kablo kanalı C-Span, saf "öz"e çok yakındır. "Reality TV" olarak adlandırılan programlar ise, bunun aksine, neredeyse salt "eylem" ve sıfıra yakın özdür.

İyi haberler her zaman hem öz, hem de eylem içerirler: Öz verilen mesajdır, eylem ise haberi izlenebilir kılandır. Alıntılar ve sözlü kısa açıklamalar haberlerin içine, daha çok eylem katmak için serpiştirilir. Gazeteciler genelde, kendileri söyleyebilecekleri bir olguyu başkasına söyletmezler. Başka kişilerin sesleri bir haberi daha canlı bir hale getirir (söyleşi yapılan kişi renkli bir dil kullanınca veya ilginç bir aksanla konuşunca ya da güçlü duygular belirtince olduğu gibi), habere bir ağırbaşlılık katar (konuşmacının dinleyici ya da okur tarafından tanınan ve güvenilen, saygı duyulan bir kişi olması durumunda olduğu gibi) ve haber içindeki belli noktalara inanılırlık getirir (bir bilim insanının bulguları açıklaması ya da bir eleştirmenin onlara karşı çıkması gibi).

Söyleşi yapan gazeteciler bazen öz, bazen eylem ve bazen de her ikisinin peşindedirler. Genelde, bir haber sürecinin başlarında olguları (öz) araştırdıkları zaman, alıntılar ya da kısa açıklamalara gereksinim duymayabilirler. Çoğu zaman, eylem katmak için alıntı aramaya başlamadan önce, haberin içeriğini öğrenene kadar beklerler.

Gazetecilerin, bir söyleşi öncesinde kararlarını zaten vermiş olduklarından şikâyetçi olan bilim insanları haklı olabilirler. Ama bu, gazetecilerin olgularla ilgilenmedikleri anlamında da gelmez. Belki de, zaten yeteri kadar olguya sahiptirler. Bir gazeteci, örneğin haberine ağırlık kazandırmak için, tanınmış bir uzmandan bir alıntı kullanıyorsa muhtemelen bu uzmanın geçmişte benzer konularda neler söylemiş olduğunu ve dolayısıyla, güncel konu hakkında da söyleyebileceklerini tahmin ediyordur. Dikkatli bir gazeteci, söyleşiye başlamadan önce internette araştırmasını yapmış, daha önce çıkan haberleri incelemiş ya da konu hak-

kında başka kişilerle konuşmuştur. Bu noktada, artık öz değil de eylem peşinde olduğuna göre, haberin ana yapısını kafasında belirlemiş ve belli bir noktayı vurgulamak için de bir alıntı ya da kısa bir açıklama kullanmayı düşünüyor olabilir. Hatta editörü ondan, çok belli bir alıntı elde etmesini istemiş bile olabilir –araştırma hakkında heyecan duyan biri ya da araştırma sonuçlarından kuşkulu olan veya araştırmanın ahlaki tarafını sorgulayan biri gibi. Bu gazeteci söyleşiye gelmeden önce, yapacağı haberin bakış açısına karar vermiş midir? Muhtemelen evet. Gerçekleri bulmaya önem vermiyor mu? Muhtemelen veriyor.

Denge Oyunu

Amerikan gazeteciliği siyasi partilerin sözcüsü rolünü oynadığı taraflı köklerinden kurtulunca, bir takım oyun kurallarına gereksinimi ortaya çıktı. Bu kadar apaçık taraftarlığa bir alternatif olarak, yeni seçilen idealler nesnellik, hassasiyet ve doğruluktu –hepsi de, gazeteciliği neredeyse bilimsel bir çaba haline getiren aydınlanma idealleri. Ama yıllar geçtikçe gazeteciler, bu amaçlar ne kadar değerli olsalar da, onlara erişildiğinden emin olmanın çok zor, hatta olanaksız olduğunu fark ettiler. Onların yerine, "denge" ve "adil olma"yı iyi haberciliğin standartları haline getirdiler. Bir gazeteciye göre denge, tartışmalı bir konuda her iki tarafın da görüşlerine yer vermektir. Adil olma standardı ise, bu görüşlerin doğru olarak dile getirilmelerini gerektirir.

Gazeteciler için gerçeği bulmak ya da en azından ona yaklaşmak için bu yöntemi kullanmanın birçok yararı vardır. Örneğin, işi başından aşkın ve konu hakkında geçmiş hiçbir deneyimi olmayan bir muhabire iklim değişimi ile ilgili yeni bir araştırma hakkında bir yazı hazırlama görevi verilirse, yaptığı haberin doğruluğunu tartabilmek için bu konuda bilgi edinmeye vakti olmayacaktır. Onun için, araştırmanın yazarını bu konuda kuşkuları olan biriyle "dengelemek" ona hem daha kolay, hem de daha az zaman alıcı gelecektir. Ancak, bu tür haberciliğin eleştirmenleri, böyle kestirme yolların yarardan çok zararı olacağını ileri sürmektedirler. Bazen, insanın dünyanın iklimi üzerin-

de bir etkisi olduğunu sorgulayanların durumunda olduğu gibi, kuşkucular bu standart dengeleme uygulamasının kendilerine sağladığı "yayın süresini" hak etmiyorlar. Dengeleme uygulamasına bir alternatif arayışı içinde olan gazeteciler gazeteciliğin, mesleğin amaçlarına ulaşmak için yeni araçlara gereksinim duyduğu görüşündeler.

Boston Üniversitesi Gazetecilik Bölümü'ndeki Bilim Muhabirliği programının müdürlerinden olan Doug Starr, öğrencilerine yazılarında "derinlik yoluyla denge" adını verdiği bir olguyu gözetmelerini öğretiyor. Bundan kastı ise, okura, kuşkucu bir bakış açısını yorumlamayı anlamaları için gerekli içeriği vermek. Örneğin, dünyadaki iklim araştırmacılarının çok büyük çoğunluğunun aksine, insanların dünyayı ısıtmadığını öne süren biri, neredeyse diğer tüm bilim insanlarının fark etmediği şeyleri gören bir Galileo olabilir. Ama, bu yaklaşım uyarınca, bu kişiyi alıntılayan bir gazeteci, bilim dünyasındaki muhaliflerin çok küçük bir azınlığının, belki binde biri ya da daha azının, sonunda diğer herkesin yanıldığını kanıtlayabildiğini de söylemelidir. "Stenograf gazetecinin devri artık geçti," diyor Profesör Starr. "Onun yerini, analizci gazeteci almalıdır." Böyle fikirler, genç bilim muhabirleri arasında giderek yaygınlaşıyor. Ancak, denge unsurunu gerçeğe ve hassasiyete erişmenin kestirme bir yolu olarak kullanmanın gününün geçtiğini söylemek için vakit henüz çok erken.

Televizyonda Ne Var

Zehrinizi seçin: televizyon ya da yazılı basın. Televizyon, yazılı basından daha mı yüzeysel? Akşam haberleri, gerçeklere günlük gazetelerden daha mı az değer veriyor? Bu sorular, yanıtlaması ilk başta sanıldığı kadar kolay sorular değil. Ama onlara yanıt verme arayışının süreci, gazetecilerin nasıl çalıştıklarına ve yaptıklarını yorumlamaya ışık tutuyor.

6 Ağustos 1996 tarihinde, NASA yöneticisi Daniel S. Goldin, NASA ve üniversite bilim insanlarından oluşan bir ekibin, üç milyar yıl önce Mars'ta hayat olduğuna dair "heyecan veri-

ci, hatta inandırıcı" kanıtlar bulduğuna ilişkin bir açıklamayla bilim camiasını şaşırtıp, kamuoyunu da büyülemişti.[28] Başkan Clinton da, ertesi gün yaptığı bir basın toplantısında bu araştırmanın, eğer kanıtlanırsa, "evreni anlamamız açısından bilimin keşfettiği kesinlikle en şaşırtıcı bulgulardan biri olduğunu," söyledi.[29] Ekibin elde ettiği olağanüstü bulgular, on yıl önce Antarktika'da bulunan ve Mars'tan geldiğine inanılan bir göktaşı parçasının üzerindeki mikroskobik zerrelerin incelenmesine dayanıyordu.

Bu dramatik açıklamadan on gün sonra *Science* dergisinde yayımlanan bir yazıda araştırmacılar, üç bağımsız araştırma yönteminin hepsinin bir zamanlar Mars üzerinde yaşam olduğu fikrini ortaya çıkardığını söylediler.[30] Ekip, iki kiloluk kaya parçasında ilk olarak, bazen yaşam ile ilişkilendirilen basit organik bileşimler olan polisiklik aromatik hidrokarbonlar (PAH) bulmuştu. PAH'ların göktaşının yüzeyinden derinde bulunması ve daha önce Antarktika'da görülenin üstünde bir yoğunlukta olması araştırmacıları, bu bileşimlerin Antarktika'da binlerce yıldır gömülü duran kaya parçası tarafından emilmediği ve göktaşı ile birlikte Mars'tan dünyaya taşındığı sonucuna götürmüştü. Daha sansasyonel bir sav da bilim insanlarının, insan saçının kalınlığının yüzde birinden daha küçük mikroorganizma fosilleri bulmuş olduklarıydı. Son olarak da ekip, dünya üzerindeki bazı bakterilerde görünene benzer, minik demir oksit parçacıkları bulmuştu. Goldin'in açıklamasından bir gün sonra NASA, araştırma ekibinin bulguları tartışabilmeleri için bir basın toplantısı yaptı. Los Angeles'deki Kaliforniya Üniversitesi'nde biyoloji profesörü olan ve bu araştırma ile herhangi bir ilişkisi olmayan William Schopf da bir sunum yaptı. Carl Sagan'ın "olağanüstü savlar, olağanüstü kanıtlar gerektirir" sözünü alıntılayarak "bu bulgunun Mars'ta yaşamla ilgili olduğu hakkında kesin bir kanıya varabilmemiz için ek çalışmalar yapılması gerektiğini" göstermek amacıyla dikkatli bir eleştiri sundu.[31]

NASA ekibinin şaşırtıcı açıklaması duyulur duyulmaz, John Kerridge'in telefonu da çalmaya başlamıştı. Kerridge, bir önce-

ki yıl NASA'ya Mars'ta mevcut veya geçmiş yaşam izlerinin nasıl aranacağı konusunda yol göstermek için hazırlanmış "Mars Araştırması İçin Egzobiyolojik* Bir Strateji" adlı raporun başyazarıydı. "İlk birkaç gün çılgın gibiydi," diye anımsıyor Kerridge ve bir tuvalet molası vermeye kalksa, döndüğünde altı mesaj daha bulduğunu söylüyor. Evine ve ofisine dünyanın her tarafından, günün her saatinde telefonlar geliyordu. En "garip" deneyimi bir gece yatağında kitap okurken Avustralya'daki canlı bir programa telefonla katılması talebi olmuştu. Bu isteğe "evet" diyen bilim insanı, sonuçta kendini, "pijamalarıyla yatağında oturup, Avustralya'daki insanlarla konuşurken," bulmuş! Kerridge, ilk günlerde çok yoğun, sonraki birkaç ay boyunca da azalan bir şekilde, birbiri ardına gazetecilere, "varılan sonucun en iyi ihtimalle zamansız, daha büyük bir ihtimalle ise yanlış olduğunu," söylemiş. Bu, bugün çoğu bilim insanı tarafından doğru kabul edilen bir değerlendirme.[32] Ona göre PAH'ların, balonlar ve çok yüksekten uçan uçaklar tarafından toplanan gezegenlerarası toz parçacıklarında bulunan benzer bileşikler için varsayıldığı gibi, biyolojik olmayan bir kökeni olabilir. Aynı şey, demir oksit parçacıkları için de geçerlidir. Ve Kerridge son olarak, fosilimsi nesnelerin, bugüne kadar dünyada görülen fosillerden çok daha küçük olduklarını ve paleontologların böyle fosillerde aradıkları yapılara da sahip olmadıklarını söylüyor. Dolayısıyla da, bu nesnelerin, sadece dikkat çekici şekilleri olan mineral birikintileri olduklarına inanıyor.

Her ne kadar yazılı basın muhabirleri göktaşı araştırması hakkındaki bu eleştirel değerlendirmesine olumlu yaklaşmış olsalar da, Kerridge televizyon yapımcılarının, basit haber akışlarını karmaşıklaştıracak ayrıntılarla çok fazla ilgilenmedikleri sonucuna vardı. Hem ABC, hem de NBC tarafından kendisiyle söyleşi yapılmış olmasına rağmen bunlar, her iki kanalın da yayınladığı programlarda yer almadı. CNN'de ve ABC'nin *Nightline* programındaki söyleşileri son dakikada iptal edildi. Kerrid-

* Dış dünyalardaki canlıları incelemeyle ilgili (ç.n.)

ge, sonradan *Science* dergisine yazdığı bir yazıda bu deneyimlerini anlattı ve diğer bilim insanlarına şu öneride bulundu: "Eğer televizyona çıkmak istiyorsanız, onlara işitmek istediklerini düşündüğünüz şeyleri söyleyin. Ama halkın gerçekleri bilmesini istiyorsanız, yazılı basın ve radyodan şaşmayın."[33]

Televizyon gerçekten de böylesine kötü mü? Hem evet, hem hayır. Mars'tan gelen göktaşı hakkında yazılı ve görsel basında çıkan haberlerin bir analizi, gerçekten de televizyonun, yazılı basına göre daha az sayıda kuşkucu sese yer verdiğini ortaya çıkartıyor. *ABC Gece Haberleri, CBS Gece Haberleri, NBC Gece Haberleri* ve *CNN Dünyaya Bakış* programlarının görsel kayıtlarını ve konuşma dökümlerini de içeren Vanderbilt Üniversitesi Televizyon Haberleri Arşivi, 1996'nın Ağustos ayı içinde göktaşı araştırması ile ilgili on beş haber programı listeliyor. Bunlardan sadece dördü, kanıtlarla ilgili kuşkusu bulunan bir bilim insanı ile yapılan bir söyleşiye yer vermiş (Kerridge, bu programların hiçbirinde yer almadı). Buna karşın, konu hakkında LexisNexis veri tabanına giren gazete ve ajans haberlerinden aynı ay içinde çıkan 103 haberin yarısına yakını, araştırma hakkında kuşkuları olan bir bilim insanından en az bir alıntıya yer vermiş (Kerridge'den alıntı yapan sekiz haber dahil).

Kerridge'in televizyon haberlerinde neden görünmediğini söylemek mümkün değil. O gün saçları çok dağınık ya da ofisi çok gürültülü olmuş olabilir ya da yapımcılar iddialarını çok inandırıcı bir biçimde ortaya koyamadığını düşünmüş olabilirler; ya da, Kerridge'in tahminine göre, yapımcılar ortaya koyduğu görüşleri, kendi iyimser haberleriyle uyumlu görmemiş olabilirler. (ABC'nin haberinde, haberi hazırlayan Ned Potter, "onunla aynı şeyleri söyleyen diğer insanlar daha açık ve anlaşılır konuştukları," için Kerridge'in "makaslandığını" söylüyor.) Ama şu kesin ki, televizyon genelde daha basit, daha tek-yönlü haberleri tercih eder. Gazetecilerin, bazen söyleşi yaptıkları kişinin ne demek istediğini öğrenmek için o söyleşinin içeriğini kullanmıyormuş gibi görünmelerinin de iyi bir nedeni vardır (ama yine de, kimsenin zamanını harcamazlar).

Gerek ulusal, gerekse yerel televizyon haberleri neredeyse her zaman kısa olurlar –Ned Potter'in de kabul ettiği gibi, onları "daha az ayrıntılı" yapan bir özellik. "Gazetecilikte Mükemmellik Projesi" kapsamında yapılan ve 154 yerel televizyon kanalını içeren bir araştırma, haber programlarındaki haberlerin % 42'sinin 30 saniyenin altında olduğunu ve sadece % 31'inin 60 saniyeden uzun olduğunu gösterdi.[34] Ortalama yarım saatlik bir yerel akşam haberleri programının *spor* bölümü, neredeyse her yerel haberden iki kat daha uzundu. Araştırma ekibi tarafından değerlendirilen yerel haberlerin çok ufak bir kısmı (% 7'si), "yüksek nitelikli bir çalışma" olarak tanımlanmaya değiyordu; o da, muhabirlerin bir konferansa katılmak ya da bir suç veya kaza mahallinde bulunmanın dışında, kendi inisiyatifleriyle bir şeyler yapmış olmalarından kaynaklanıyordu. Ulusal haber programlarıyla ilgili olarak yürütülen benzer bir çalışma ise, tüm akşam haberlerinin yarısının ya tek kaynak içerdiklerini (ekranda söyleşi yapılan kişi) ya da hiç kaynak içermediklerini gösterdi (bu sayı, sabah haber programlarında ise % 62 idi).[35] Ama Potter, Kerridge'in *Science* dergisindeki suçlayıcı yazısına karşılık olarak, ulusal haber programlarının gazete haberlerinden daha az kuşkucu olmadıklarını söylüyor: "En azından, benim deneyimlerime göre değil." Yine de, Mars göktaşı olayının da gösterdiği gibi, bilimsel konuları televizyonda birkaç dakikaya sığdırma çabaları, bazı önemli ayrıntıların da kaybolmalarına neden olur. Yukarıda da belirttiğimiz gibi, Mars göktaşı hakkında Vanderbilt veri tabanında yer alan televizyon haberlerinin sadece dörtte biri, eleştirel bir sese yer veriyordu. Televizyon haberlerinde giderek artan ve muhabirinkine ek olarak "sadece bir ses" olma eğilimine uygun olan bu durum, gazetecilerin "tek kaynaklı haber" diye adlandırdıkları bir haber türünü de ortaya çıkartmaktadır. Buna karşın, yazılı basındaki haberlerin yine yaklaşık dörtte biri iki karşı görüşe yer vererek, haberi daha ayrıntılı bir hale getirmişlerdi. Televizyon haberleri de özellikle tartışmalı veya karmaşık konuları ele aldıklarında, istemeden de olsa, daha fazla karşıt görüşe yer vermektedirler. Bu, kısmen de olsa,

karmaşık mantık taşıyan televizyon haberlerinin neden bu kadar ender olduklarını da açıklamaktadır.

Bu ve önceki bölümlerde ayrıntılı olarak gösterdiğimiz gibi, bir gazeteciden telefon aldığınızda ya da siz böyle bir amaçla bir gazeteyi aradığınızda, ters gidebilecek çok şey vardır. Tabii ki, çoğu bilim insanı Lee Hannah gibi, araştırmaları hakkındaki sansasyonel manşetlerden dolayı asla alenen azarlanmaz ya da John Gordon gibi, günlerce uykusunu kaçırıp ne kadar zarar verildiğini hesaplamaz. Bu uç örnek oluşturan olaylara odaklanmamızın nedeni, sizi korkutup basınla temastan vazgeçirmek değil, bu tür olayların bilimsel camianın daha iyi iletişim kurması gerektiğini vurguluyor olmasıydı. Durumun acilen düzeltilmesi gerekiyor. Sorunu gidermenin ilk adımı ise, medyanın çalışma şeklini anlamaktır. Bir sonraki adım ise, ilerideki bölümlerin konusu.

IV. Bölüm

Ağzınızdan Çıkanı Kulağınız Duyuyor mu?

Eğer gazeteciler bir bilim insanının dediklerini anlayamazlarsa, bunu kendi izleyicilerine nasıl iletecekler? Ya da, başka bir deyişle, bilim insanları açık ve özlü konuşmazlarsa, işleri başlarından aşkın muhabirlerin anlattıklarını doğru olarak algılamalarını nasıl bekleyebilirler?

İşte size iyi bir haber: Bu konuda bir şeyler yapabilirsiniz. Bilim insanlarının, basın ile olan ilişkilerinde göz önünde bulundurmaları gereken birçok husus vardır, ama bir tanesi öne çıkmaktadır: İletmek istediğiniz olayları ya da görüşleri dile getirmek için açık ve özlü mesajlar hazırlamalısınız. *Cleveland Plain Dealer* gazetesinde muhabir olan John Funk bilim insanlarını, "yaptıklarını anlamama yardımcı olmak için, gerekirse analojiler de kullanarak, bilgiyi daha küçük parçalara ayırmaları," konusunda uyarıyor. Bu ise, bir muhabir ile telefonda konuşmaya başladıktan sonra, ayaküstü yapabileceğinizi bir şey değildir.

Bunu, bir söyleşiye başlamadan ya da bir basın bültenini yazmaya başlamadan önce yapmış olmanız gerekir.

Siyasi arenada, sıklıkla "yönlendirici mesaj"lardan söz edildiğini duyarız –bilginin, kandırma ya da belirsizleştirme amacıyla kasıtlı olarak biçimlendirilmesi. Burada bahsettiğimiz bu değil. Bizim kastettiğimiz bağlamdaki "mesaj", sadece demek istediklerinizi gazete okurunun anlayabileceği ve anımsayabileceği bir biçimde odaklamanızın bir yöntemidir.

Şöyle düşünün: Gazeteciler dediklerinizi deşifre etmek ya da demek istediklerinizi tahmin etmek zorunda kalmazlarsa, sizi yanlış alıntılama ya da araştırmanızı veya savunduklarınızı hatalı bir biçimde aktarma olasılıkları da azalır. Siyasi adayları ve konu uzmanlarını ülke çapında yayınlanan tartışma programlarına ve medya ile temaslara hazırlayan Positive Communications şirketinin başkanı Christine Jahnke "Medya ile iletişime girmek, bir meslektaşınız ile konuşmaktan ya da mesleki bir konferansta bir sunum yapmaktan farklıdır," diyor. "Çoğu medya söyleşisi kurgulanır, dolayısıyla konuşmacı, bilginin sunuluş tarzı üzerinde fazla bir kontrolü olmadığından, sunan kişinin konuyu anlama yeteneğine güvenmek zorundadır. Bunun için de bilim insanlarının, söylediklerinin yanlış bir biçimde kurgulanmasına yol açmamak için, söylemek istediklerini nasıl paketlemeleri gerektiğini öğrenmeleri son derece önemlidir."

Eğer ilginç, anlaşılır ve odaklanmış mesajlarınızı daha önceden hazırlarsanız, muhabirin kullanacağı bilgiler üzerinde daha fazla denetiminiz olur ve isminizi, söylemek istemediğiniz, ilgisiz ya da yanlış anlaşılmış bir sözün altında görmeniz olasılığı da o derecede azalır. Siz de savunmadan çıkıp, tenisçi Serena Williams'ın servislerini karşılar gibi, size yöneltilen her soruyu yanıtlamaktan kurtulursunuz ve onun yerine muhabiri, halkın okumasını ya da duymasını istediğiniz habere yönlendirirsiniz. Bunun, muhabiri "yönlendirmekle" ya da işinize gelmeyen gerçekleri saklamakla bir ilgisi yok. Bu, düşüncelerinizi ya da araştırmalarınızı, ortaya çıkacak olan haberin hem

doğru, hem de sürükleyici olmasını sağlayacak bir biçimde iletmekle ilgili.

Peki, mesajınız nedir? Kavramsal olarak, çok basit –mesajınız, halkın bilmesini istediğiniz en önemli tema, olgu veya görüş olmalı. Etkin bir mesaj açık, özlü ve konuyla ilgilidir. Kendinize şu soruyu sorun: "Yarın sabah gazeteyi açınca, haber başlığının nasıl olmasını isterdim?" Bu sorunun yanıtı, sizin esas mesajınızdır. İki ya da üç ikincil mesaj da, haberin geri kalan kısmının konularını sağlayabilir.

İlk başta, görüşlerinizi ya da araştırmanızı üç ya da dört ana noktada toparlamak zor görünebilir –özellikle de geniş bir araştırmayı veya karmaşık, ilkesel bir konuyla ilgili görüşlerinizi özetlemeye çalışıyorsanız. Yine de, bunu sürekli yapan bilim insanları vardır. Stanford Üniversitesi'nde koruyucu biyoloji ve çevresel etik konularında uzman olan Kai M. A. Chan, anahtarın odak olduğunu söylüyor. "Nihai mesajınızın ne olduğuna karar verin, ondan fazla sapmayın ve onu anlayacaklarını garanti etmek için, yeteri kadar farklı biçimde söyleyin," diye öneriyor Chan. Sadece üç ya da dört noktaya odaklanarak, muhabirin en önemli olanın ne olduğunu anlamasını sağlarsınız. Orman çevrebilimcisi Lee Frelich ekliyor: "Anlamlarını değiştiremeyecekleri, yanlış anlaşılmaya açık olmayan yanıtlarınızı da hazır edin."

Yerel bir televizyon haber programında araştırmanızla ilgili çıkacak bir haber bir buçuk dakikadan uzun olmaz. Bu süre içerisinde, bir sunucunun üç ya da dörtten fazla ana noktayı işlemesi olası değildir. Gazeteler genellikle bir habere kayda değer bir yer ayırırken, gazete muhabirleri de haberin kapsamını genelde üç ya da dört ana nokta ile kısıtlarlar ancak her birini daha ayrıntılı olarak ele alırlar. Bunun aksine, altı ya da sekiz ana noktayı vurgulamak isterseniz, esas mesajın ne olacağına karar veren siz değil, muhabir olacaktır. Bu ise, haberin sizin öngördüğünüzden farklı olma olasılığını arttırır.

Dolayısıyla, gazete, radyo ya da televizyon için olduğuna bakmadan, her söyleşi için üç ya da dört mesaj hazırlayın. Sonra da, her mesaj için konuşma noktaları (alt mesajlar) geliştirmeniz ge-

rekir. Esas mesajınızı bir haberin başlığı olarak düşünün – örneğin, "Bilim İnsanı Zehirli Lale Keşfetti." Haberin alt başlığı (başlık ile makalenin metni arasındaki bölüm) ise ikinci mesajınız olabilir: "Bulgular, amatör bahçıvanlarda görülen hastalıkları açıklayabilir." Bir başka alt başlık (gazete haberlerinde çok ender görülen) üçüncü mesajınızı içerebilir: "Bahçıvanlar koruyucu eldiven ve maske kullanmalılar." Makalenin içeriğini oluşturan ve bu mesajları destekleyen olgular da sizin konuşma konularınızı oluşturacaktır.

Olayları Basit Tutun (Ama O Kadar da Basit Değil)

Muhabir, halkın aynasıdır. Medyaya vermek istediğiniz mesajları seçerken, asıl hedef kitleyi hiç aklınızdan çıkartmayın: televizyon seyircisi, gazete veya dergi okuru ya da radyo dinleyicisi. "Konunun çerçevesini muhabirin değil halkın anlayacağı biçimde belirleyin," diyor Wilmington'daki Kuzey Carolina Üniversitesi'nde biyolojik deniz bilimi ve çevre bilimleri uzmanı Lawrence B. Cahoon. Amacınız, muhabire ne kadar akıllı olduğunuzu göstermek değil, ortalama bir gazete okuru ya da televizyon seyircisinin anlayabileceği kadar basit bir dilde iletişim kurmaktır.

Bilim insanları ile yaptığımız söyleşilerde bu noktayı defalarca vurguladık. Pennsylvania Eyalet Üniversitesi'nde atmosferbilimci olan Brett Taubman şöyle diyor: "En iyisinin, çalışmamızın sonuçlarını kısa, anlaşılabilir ve ilginç noktalar halinde özetlemek olduğunu fark ettim. Medya o uzun, gereksiz ayrıntılara giren konuşmaları asla yazmaz."

Peki, "ortalama" bir insan neyi anlar? Çoğu gazete, okuma düzeyi 8. sınıf seviyesinde olan insanlara göre yazar ama, bazıları için hedef 5. sınıf, bazıları içinse lisedir.[1] Mesajınızı anlaşılabilir yapmanın anahtarı kısa sözcükler ve kısa cümlelerdir. Ya da, Stanford Üniversitesi'nde koruyucu biyolog olan Erica Fleishman'ın dediği gibi, "Konuyu basit bir biçimde çerçevelemeye çalışın, ama geri zekâlı birine anlatır gibi de değil."

Burada, "geri zekâlı birine anlatır gibi de değil"den kasıt, vermek istediğiniz mesajı, özünün ya da anlamının kaybolmasına neden olacak kadar basite indirgememektir. İtibarınıza zarar verme olasılığının ya da sizi utandırmanın yanında, araştırmanızı veya görüşlerinizi fazlasıyla basitleştirmek ne halkın ve ne de medyanın yararına olur. "Basit, ama o kadar da değil," deyişi en iyi yaklaşımı gösteriyor. *Dallas Morning News* gazetesinin emekliye ayrılmış yazı tekniği hocası Paula LaRocque, "Zekânın bir göstergesi de olayları basitleştirebilme, karmaşık olanı anlaşılabilir hale getirme yetisidir. Yoksa, herkes muğlak olabilir."[2] Fazla abartmadan, nasıl basitleştirebilirsiniz? İşte birkaç kolay ipucu:

İzleyici Kitlenizi Unutmayın

Yukarıda da dediğimiz gibi, izleyici ya da okuyucu kitleniz muhabirler değildir. Denizbilimci Jed Fuhrman bilim insanlarının muhabirlerle, "sanki konuya ilgi duyan ama pek çok (jargondan uzak) açıklamaya gereksinim duyan öğrencilermiş gibi," konuşmalarını öneriyor.

Kimse, başka bir erişkinle sanki bir çocukla konuşur gibi konuşmanızı önermiyor. Onun yerine, yaptığınız işle hiçbir ilgisi olmayan yetişkin bir akrabanızla konuştuğunuzu düşünün. Örneğin, Kuzey Carolina Üniversitesi'nde bir astrofizikçi iseniz, işinizi Illinois'de bir çivi fabrikasında yöneticilik yapan Ned amcanıza ya da Maine'de finansal danışmanlık yapan kız kardeşiniz Sally'ye nasıl anlatacağınızı düşünün. Ned ve Sally çok zeki olabilirler ama, her ikisinin de astrofizik hakkında en küçük bir fikirleri olmayabilir. İşte izleyici kitleniz bu ikisi. *Cleveland Plain Dealer* gazetesinden Funk, "Lisede matematiğimin çok iyi olup bu işin en iyileriyle aşık atabileceğimi *ya da* cimnastik diploması alıp ellerimde nasırlar olduğunu," varsaymayın diyor. "Çoğu gazete muhabiri bu işe girerken genel bir merakla başlar. Bizler birer bilim insanı değiliz; olsaydık bile büyük olasılıkla pek fazla insanın anlayabileceği bir makale yazamazdık."

Teknik ve Bilimsel Jargondan Kaçının

Positive Communications'dan Christine Jahnke şöyle diyor: "Bilim insanları, yaptıklarını halkın anlayabileceği bir dile çevirmek zorundadırlar. Bu da örnekler vererek ve jargondan uzak durarak olur. Ancak, bilim insanları araştırmaları ve bulguları hakkında, bunların sokaktaki insanın günlük yaşamı ile olan bağlantısını da gösterecek bir biçimde konuşabilirlerse çok daha etkin olurlar (yani, küresel ısınmanın, güney Kaliforniya'da yaşayan birinin yaşamı üzerindeki etkisi ne olur). Bilimsel konular hakkında, izleyicinin bakış açısıyla konuşabilme yetisi çok önemlidir."

Unutmayın, ABD'deki insanların büyük çoğunluğu, bilim konusunda oldukça cahildirler. Bilimsel bir terim kullanmanız kaçınılmaz ise, ne anlama geldiğini açıklayın. Kısaltmalardan ve baş harflerden oluşan akronimlerden kaçının. Cümlelerinizi elinizden geldiğince kısa tutun. Televizyondaki haber sunucularının nasıl konuştuklarına dikkat edin –karmaşık olayları basit bir dille anlatırlar.

Lee Frelich, kendi mesajını kendisi düzgün bir biçimde veremezse, muhabirin hiç veremeyeceğini acı bir deneyimle öğrendiğini söylüyor. Örneğin, 1990'ların sonlarına doğru Frelich, Minnesota'da doğal olarak bulunmayan, ancak insanlar tarafından istenmeden o ortama sokulan solucanların, yerel bitkileri tehdit ettiklerini keşfetti. Konu hakkında onlarca söyleşi yapmış ve ilk başlarda araştırmasını şu sözcüklerle anlatmaya çalışmıştı: "Solucan olan ve olmayan alanlarda yaptığımız araştırmaların sonucunda, solucan olan ve olmayan alanları karşılaştırdığımızda, bazı yerel bitki türlerinin daha az göründüğünü fark ettik."

Frelich, konu hakkında verdiği ilk on civarında söyleşinin tam bir "felaket" olduğunu söylüyor. Özellikle televizyon ve radyo haberlerinde muhabirler, dediklerini çarpıtarak ya da tırpanlayarak, gerçekte söylediğinin tam tersini söylemiş gibi gösterıneyi başarmışlardı. Böylece Frelich, söyleşinin "akışını kontrol etmesi" gerektiğinin farkına varmıştı. Artık, konu hakkında gerçekten derinlemesine bilgi isteyen birisiyle konuşmuyorsa yalnızca

önceden hazırlamış olduğu birkaç ana noktaya odaklanıp, onlardan şaşmıyor. "Eğer on tane soru sorarlarsa, aynı şeyi beş ya da altı farklı biçimde söylüyorum." Artık gazetecilerin ne istediklerini öğrendiğinden, yazılan haberler de dediklerini doğru olarak yansıtıyor. "Onlara o kadar şirin kısa açıklamalar yapıyorum ki, kullanmak zorunda kalıyorlar," diyor. Örneğin, solucanlarla ilgili açıklamalarına artık şu gizemli cümleyle başlıyor: "Toplumdaki en yaygın inanışlardan biri, solucanların çevre için yararlı olduklarıdır." Bu sözle ilgili olarak, medya kurnazı bilim insanı, "Hiçbir gazeteci, böyle bir girişten sonra kolay kolay hata yapamaz... Bu sözün ardından yeni bir soru sormamak için aptal olmak gerek" diyor. Gazeteci, beklendiği gibi, solucanların çevreye nasıl zarar verebileceklerini sorunca da Frelich şu kısa mesajı veriyor: "Yerel yabani çiçek türlerimizin çoğunun soyu, bu solucanlar yüzünden tükeniyor." Çevreci bilim insanı, "Artık benim vurgulamak istediğim noktaları vurguluyorlar" diyor.

İşe Yarayan Kısa Açıklamalar

Frelich ve onun gibi diğerlerinin deneyimlerinin de açıkçagösterdiği gibi bilim insanlarının, anahtar mesajlarının ve konuşma noktalarının (alt mesajlar) kısa açıklamalar için uygun bir biçimde olmaları konusunda çaba harcamaları gerekiyor. Bilim insanları ile yaptığımız görüşmelerde, "kısa açıklama" deyiminin farklı kişiler için farklı anlamlar ifade ettiğini öğrendik ama siz bu bağlamda onu, mesajınızı kısa ve yazılı ya da görsel medya için alıntılanabilir bir biçimde iletmenin bir yolu olarak düşünün.

Gazete makalelerinde ve radyo söyleşilerinde bile seyrek olarak yer alan uzun beyanatlar, televizyonlarda hiç kullanılmazlar. Aynen esas mesajınızda olduğu gibi, iyi bir kısa açıklama, önemli bir noktayı kamuoyu tarafından kolaylıkla anlaşılabilecek bir biçimde çerçeveleyen kısa bir beyanattır. Ama iyi bir kısa açıklamanın aynı zamanda ilave başka özellikleri de olması gerekir –şaşırtıcı, akılda kalıcı, esprili ya da düşündürücü de olmalıdır. Uzun yıllardır *USA Today* dergisinin bilim muhabiri olan Dan Vergano, "Bilim insanları için önemli olan, kendisini mu-

habirin yerine koyabilmektir," diyor. "Muhabirler toplumun bir konu hakkındaki ilgisini toparlayan ama bunu güçlü bir biçimde veren özet bir alıntıya gereksinim duyuyorlar. Benim bir alıntıda aradığım, bir bilim insanının bir konu hakkındaki görüşlerini (umarım) biraz da alışılmışın dışında bir tarzda dile getiriyor olmasıdır." Başka bir deyişle, alıntı akılda kalıcı olmalıdır. Ve bu, insanların bilgi bombardımanına uğradığı bugünün medyasında özellikle önemlidir. İzleyicileriniz, sizin onları sözcüklere dökme şeklinizden dolayı esas mesajlarınızdan yalnızca bir tanesini bile anımsayabilirlerse, halka ulaşma konusunda çoğu kişiden daha etkin olmuşsunuz demektir.

Yıllar boyunca yüzlerce gazete makalesi ile radyo ve televizyon söyleşisini inceledikten sonra, medyanın bilim insanlarından belirli türde kısa açıklamaları tercih ettiğini belirledik. Sizin kendi konuşma noktalarınızı ve kısa açıklamalarınızı oluşturmanıza yardımcı olabilmek için, gazetecilerin aradıkları ve bilim insanlarının daha önceden etkin bir biçimde kullandıkları konuşma tarzlarının bir listesini hazırladık. Başarılı medya deneyimine sahip bilim insanlarının da açıkça belirttikleri gibi, en önemli prensipler jargon kullanımından kaçınmak, canlı ve renkli sözcükler kullanmak, konuşmayı kısa tutmak ve en önemlisi de, esas mesajlarınızdan ya da konuşma noktalarınızdan (alt mesajlar) yalnızca birine odaklanmaktır.

1. Mesajınızı yerine oturtun

Gazeteciler bilim insanlarından, bir araştırma sonucunun ya da bir prensip kararının etkilerini özetleyen ve bunun neden önemli olduğunu anlatan alıntılar beklerler. Söz konusu olanın ne olduğunu kısa cümlelerle betimleyin. Anlaşılır bir dille, bu keşfin diğer insanlara, doğal dünyaya ya da evrene bakışımızda ne gibi bir farklılık yaratacağını anlatın. "Bu tür bir mesajı vermenin en basit yolu," diyor Dan Vergano, "kelime dağarcığınızdan '..di', '..dir', '..(şöyle)ydi' fiillerini atıp, onların yerine 'gösteriyor ki', 'güçlendiriyor', 'yalanlıyor' gibi etkili fiiller kullanmaktır: 'Sonuçlar, insanların genelde ateş böcekleri hakkındaki dü-

şüncelerini yalanlıyor.' " Vergano, aynı zamanda bu sonuçların insanlar, yaban yaşamı, iş dünyası veya kim ya da ne etkileniyorsa onlar için de ne ifade ettiklerinin vurgulanmasını öneriyor.

Temel olarak, esas mesajınızı alıntılanabilir bir kısa açıklama şeklinde sunmak istersiniz. Aşağıdaki alıntılara bir göz gezdirince ortak bir nokta göreceksiniz: Bilim insanları araştırmalarının ya da görüşlerinin özünü kısa ve açık bir biçimde ortaya koyarken, bunların ne ifade ettiğini (başka bir deyişle, bilimin neden önemli olduğunu) da anlatıyorlar.

"Bu bizim yüksek hassasiyette çevresel veri toplama yetimizde bir devrim yaratacak."
– Todd Dawson, Kaliforniya Üniversitesi, Berkeley
San Jose Mercury News gazetesi
BAŞLIK: Minik Uzaktan Algılayıcılar Araştırmalara Yeni Bir Yön Verebilir
MUHABİR: Glennda Chui
21 Ağustos 2003

"Bunlar gerçekten de çok büyük jeolojik olaylar. Yerkürede bu çok sık görülmez. Böyle olayların büyüklükleri sizi benliğinizin en derinlerinden sarsar."
– Brian Atwater, ABD Jeolojik Araştırmalar Dairesi ve Washington Üniversitesi
USA Today dergisi
BAŞLIK: Kıtaların Çarpışması Ölümcül Dalgalara Neden Oluyor
MUHABİR: Dan Vergano
28 Aralık 2004

"Bu, dünyamızın geleceğini biçimlendiren karar mercileri için önemli bir bilgi."
– Taro Takahashi, Lamont-Doherty Dünya Gözlemevi (Columbia Üniversitesi)
Seattle Times gazetesi

BAŞLIK: Okyanuslarda Sanayi-Çağı Karbon Dioksit Bulundu: İnsan Yapısı Gazın Yarısı Orada Özümsenmiş; Suyun Asiditesi Artıyor, Denizlerdeki Yaşama Zarar Verebilir
MUHABİR: Sandi Doughton
16 Temmuz 2004

"Önümüzdeki yol belli. Kaliforniya'da yaşayan bizler, dünyayı emisyonları azaltma yoluna sokmak için öncü rolü üstlenmeliyiz."
– Christopher Field, Stanford Üniversitesi
Sacramento Bee gazetesi
BAŞLIK: Araştırma: Isınmadan Büyük Değişiklikler Doğuyor
MUHABİRLER: Edie Lau, Stuart Leavenworth
17 Ağustos 2004

2. Mesajınız yürekten gelmeli

Bir konu hakkındaki tutkunuz sadece beden dilinizden ya da ses tonunuzdan değil, sözcük seçiminizden de belli olmalı. Bir şeye tepkinizi anlatmak için canlı ve renkli sözcükler kullanın. İnsanlar, bu konuda neler hissettiğinizi bilmek isterler –heyecan, şaşkınlık, hayal kırıklığı, kuşku. Dan Vergano'nun önerisi: "Sadece dürüstçe ne düşündüğünüzü söyleyin: 'Bunun işe yarayıp yaramayacağını bilmiyorum. Ama yararsa hepimiz, üstünde bu adamların isimleri olan tişörtler giyeriz.' Düşündüğünüz buysa, neden söylemeyesiniz?" Aşağıdaki örnekler, gazetecilere (ve kamuoyuna) bilim insanının gerçek duygularının ne olduklarını başarıyla gösteriyor.

"Eğer tüm bu olgular önümde olmasaydı ve siz böyle bir evren modeliyle karşıma çıksaydınız, ya size ne içtiğinizi sorardım ya da peri masalları anlatmaktan vaz geçmenizi söylerdim."
– John Bahcall, İleri Araştırmalar Enstitüsü (Princeton Üniversitesi)
U.S. News & World Report

BAŞLIK: Tanrılar delirmiş olmalı
MUHABİR: Charles W. Petit
8 Eylül 2003

"Kesinlikle anlayamadığınız bir şeyi bulmak her zaman heyecan verici olur." – Brian Marsden, Harvard-Smithsonian Astrofizik Merkezi
Boston Globe gazetesi
BAŞLIK: Gökbilimciler Küçük, Soğuk Bir Dünya Buldular
MUHABİR: Gareth Cook
16 Mart 2004

"İlk fotoğrafları görünce, neredeyse sandalyeden düşüyordum." – Brian McNamara, Ohio Üniversitesi
Cleveland Plain Dealer gazetesi
BAŞLIK: Kara Delik Patlaması Bilim İnsanlarını Şaşkına Çevirdi
MUHABİR: John Mangels
6 Ocak 2005

"Heyecanlanmamak olası değil; halbuki ben kuşkucular arasındayım."
– Clemens Burda, Case Western Reserve Üniversitesi
Cleveland Plain Dealer gazetesi
BAŞLIK: Minik bilim büyük gelişmeler kaydetmeyi umuyor: Nanoteknoloji toplantısı Pazartesi başlıyor
MUHABİR: John Mangels
24 Ekim 2004

Aşağıdaki örneklerin de gösterdiği gibi, araştırmanızı ya da bir konu hakkındaki görüşünüzü kişisel duygularınızı da katarak özetleyebilirseniz, kısa açıklamalar özellikle etkin olabiliyorlar.

"Çocuklara bakarken, aslında geleceğe bakıyoruz. Bu çok ürkütücü."

– S. Jay Olshansky, Illinois Üniversitesi, Chicago
Milwaukee Journal Sentinel gazetesi
BAŞLIK: Çocukta obezite dalgası beklenen yaşam süresini düşürebilir: Araştırmacılar bir dizi hastalık öngörüyorlar; eleştirmenler tıptaki ve yaşam tarzındaki gelişmelerin sorunları azaltabileceği görüşünde
MUHABİR: John Fauber
17 Mart 2005

"O kadar şaşkınım ki, ne diyeceğimi bilmiyorum. Bunun, uzay programı üzerinde son derece kötü bir etkisi olacak."
– Alexander McPherson, Kaliforniya Üniversitesi, Irvine
Orange County Register gazetesi
BAŞLIK: Bilim camiası şokta: Uzay programlarının parçası olan yerel mühendisler ve bilim insanları üzüntü içinde
MUHABİRLER: Garry Robbins, Pat Brennan
2 Şubat 2003

3. Mesajınızla bir resim çizin

Çoğu Amerikalı bilim dilini ya da bilimin nasıl çalıştığını anlamadıkları için, anlamalarına yardımcı olmanın en iyi yollarından biri sözcüklerle bir resim çizmektir. Muhabirler olayları kişiselleştirmekten hoşlanırlar; onun için, dediklerinizi gösteren bir öykü anlatın. Ya da araştırmanızı, bir roman yazarı gibi canlı sözcüklerle anlatın. Bir mizanseni hazırlamak için açıklayıcı dil kullanan ifadeler, mesajlarınızı iletmek için güçlü ve etkin araçlardır.

"Güvercinler yürürken kafalarını sallarlar. Bu da onlara bir moron görünümü verdiğinden, insanlar kuşların sadece bir moron beynine sahip olduklarını varsayarlar."
– Tony Reiner, Tennessee Üniversitesi
Washington Post gazetesi
BAŞLIK: Kuş Beyinleri Yeni İsimlerle Birlikte Yeni Saygınlık Kazanıyor

MUHABİR: Rick Weiss
1 Şubat 2005

"Her taraf kan, pislik ve yeşil balık dışkısıyla doluyor –tabii, balık bin parçaya ayrılmamışsa."
– Duane Chapman, ABD Jeolojik Araştırmalar Dairesi
Minneapolis Star Tribune gazetesi
BAŞLIK: Elektrik, istilacı sazanları engelleyebilir
MUHABİRLER: Tom Meersman, Mark Brunswick
1 Ekim 2003

Mesajınızla bir resim çizmenin belki de en etkin yolu, insanların ilişki kurabilecekleri bir analoji, metafor ya da benzeşim kullanmak. Genellikle siz, konunuzla uğraşan ve onu anlayan çok küçük bir grubun parçasısınız. Onun için, araştırmanızı ya da görüşlerinizi daha sıradan bir şeyle karşılaştırırken, soyut değil gerçekçi düşünün.

"Yaklaşan bir fırtınanın habercisi olan ilk yağmur damlalarını görmekteyiz."
– Leonard Zon, Uluslararası Kök Hücre Araştırma Kurumu
Boston Globe gazetesi
BAŞLIK: İngiltere insan hücrelerinin araştırma amaçlı olarak klonlanmasına izin verdi
MUHABİR: Gareth Cook
12 Ağustos 2004

"Labrador Denizi, küresel okyanus iklimi için merkezi bir tren istasyonu gibi."
– Peter Rhines, Washington Üniversitesi
Seattle Post-Intelligencer gazetesi
BAŞLIK: İklim kuramları hem sıcak, hem soğuk: Washington Üniversitesi bilim insanları Kuzey Kutbu'ndaki ipuçlarını inceliyorlar
MUHABİR: Tom Paulson
16 Nisan 2004

"Bu, şiddetli bir dolu fırtınasında araba kullanmak gibi bir şey, ama yüz misli daha kötü."
– Thanasis Economou, Chicago Üniversitesi
Cleveland Plain Dealer gazetesi
BAŞLIK: "Stardust" uzay aracı, kuyrukluyıldızın kuyruğundan uzay tozu örnekleri topladı
MUHABİR: John Mangels
7 Ocak 2004

4. Sayılar ve yöntem arasında basit bir ilişki kurun

Gazeteciler, verilerden bahsederken genellikle bilim insanlarından alıntı yapmak yerine, kendi sözcüklerini kullanırlar. Bilim insanlarının kısa açıklamaları ise, sayıları bir bağlama oturtmak için kullanılır. Ama bazen gazeteciler, bir eğilim gösteren sayıları ya da bir zaman süreci belirten tarihleri içeren alıntıları da söylediklerine dahil ederler. Onun için, belirli bir veri ya da tarih konusunda alıntılanmak istiyorsanız, bunları yuvarlayın ve ne anlama geldiklerini basit bir biçimde anlatın. Bir muhabir için şöyle bir açıklama çok yararlı olmaz: "Bulgularımız, 63,94 saniye içinde oluşan 21,4 metrelik yatay bir hareketin, yalnızca 0,0004 g'lik çok küçük bir yatay ivme gerektireceğini gösteriyor." Ancak, aşağıdaki alıntılar bilim insanlarının isterlerse bu işi doğru yapabileceklerini de gösteriyor.

"İki milyar yıl boyunca, bu kayalar sürekli olarak değişime uğramışlardır."
– Nicolas Dauphas, Chicago Üniversitesi
Baltimore Sun gazetesi
BAŞLIK: Dünyada yaşamın başlangıcı taşa yazılmış olabilir
MUHABİR: Dennis O'Brien
17 Aralık 2004

"Gerçekten de, kimse farkına varmadan 900 milyon ton krili kaybetmiş olabilir miyiz? Sanmıyorum. Öyle olsay-

dı, bunlarla beslenen canlıların sayısında da bir düşme olması gerekirdi ve böyle bir şey olduğu da görünmüyor."
– Steve Nicol, Avustralya Antarktik Dairesi
Los Angeles Times gazetesi
BAŞLIK: Antarktik besin zinciri tehlikede, araştırma sonuçları: Araştırmacılar, plankton miktarının 1976'dan beri % 80 azaldığını söylüyorlar
MUHABİR: Usha Lee McFarling
4 Kasım 2004

"Eğer Antarktika'nın iklimdeki ısınmaya çabuk tepki gösterip göstermeyeceğini merak eden varsa, bence yanıt evet. 250 kilometre sahil şeridinde sadece 15 yıl içinde büyük değişimler olduğunu gördük."
– Ted Scambos, Colorado Üniversitesi
Newsday gazetesi
BAŞLIK: Antarktik buzullarının daha hızlı eridiği görüldü
MUHABİR: Earl Lane
24 Eylül 2004

Kısa açıklamalara başka bir yaklaşım ise, belli sayılara veya tarihlere vurguda bulunmak yerine, ilgiyi araştırmanın ya da yöntemin hassasiyetine çekmek olabilir.

"Sayılar son derece açık. Analiz kusursuz. Bu konuda hiçbir belirsizlik yok."
– Peter Brewer, Monterey Körfezi Akvaryumu Araştırma Enstitüsü
San Jose Mercury News gazetesi
BAŞLIK: Araştırmalar: Karbon dioksit denizdeki yaşam için tehlike oluşturuyor; fosil yakıt kullanımının sonucu; okyanus kimyası değişiyor
MUHABİR: Glennda Chui
16 Temmuz 2004

"Bu gerçekten zarifti. Güzeldi. Dayanılmazdı."
– Nicholas Katsanis, Johns Hopkins Üniversitesi
St. Louis Post-Dispatch gazetesi
BAŞLIK: Johns Hopkins biyoloğu hastalık araştırmasına yenilik getirdi: Yeni tedavilere yol açabilir
MUHABİR: Tina Hesman
14 Mayıs 2004

Eğer araştırmanız belli koşullara bağlıysa, bunları muhabire açıkça belirttiğinizden emin olun; ama görüşlerinizde ya da araştırmanızda belirsiz alanlar olmazsa, muhabirlerin sizi doğrudan alıntılama olasılıklarının yüksek olduğunu da bilin.

"Bu yapıların mikroorganizmalar tarafından oluşturulmuş olduklarından % 100 eminim. Bugün de, deniz ortamında oluşmuş lav birikintilerinde aynı tür mikroskopik, tüp biçimli yapıları görüyoruz."
– Martin Fisk, Oregon Eyalet Üniversitesi
Atlanta Journal-Constitution gazetesi
BAŞLIK: Yaşam küçük başladı, hızlı gelişti: Kayalar, mikropların erken gelişimine tanıklık ediyor
MUHABİR: Mike Toner
23 Nisan 2004

5. Günün popüler dilini kullanın

Amerikalılar bir yılda yaklaşık 250 milyar saat televizyon seyrederler;[3] onun için, politikacıların mesajlarında sık sık popüler kültüre atıfta bulunmalarına şaşmamak gerek. Mesajın kendini veya güvenirliğinizi zedelemeden, televizyonda (ya da sinemalarda) gösterilmekte olan bir programa gönderme yapan bir mesaj oluşturmakla ilgili bir sorununuz yoksa, o zaman hiç düşünmeyin. Gazetecilerin, bu tür kısa açıklamaları kullanma olasılıkları çok yüksektir. Ancak, bu yaklaşım sizi rahatsız ediyorsa, onun yerine bir klişeyi kullanmayı deneyin. Pek çok yazı tekniği öğretmeni olasılıkla size klişelerden uzak durmanızı önere-

cektir, ama Dan Vergano gibi gazeteciler, bir noktayı iletmeye yardımı olacaksa, bilim insanlarını bunları kullanmaları konusunda cesaretlendirirler. Klişeler halk tarafından iyi anlaşıldıklarından, söylemek istediklerinizi iletmenin mükemmel bir yolu olabilir.

Şöyle ki:

"Yakima Vadisi'nde şimdiden oldukça kötü bir durumla karşı karşıyayız. Bunu, bir uyarı atışı olarak görmemiz gerekir."
– Philip Mote, Washington Üniversitesi
Seattle Post-Intelligencer gazetesi
BAŞLIK: Buradaki kuraklık 1992'den beri en kötüsü olabilir: Bilim insanları kuru geçen kışın, Kuzeybatı'nın geleceğinin bir işareti olmasından korkuyor
MUHABİR: Tom Paulson
9 Mart 2005

"Bu inişli-çıkışlı gidişin devam edip etmeyeceğini anlamak için bekliyoruz. Bundan sonra olacakları öngörmek olası değil."
– Willie Scott, Cascade Yanardağ Gözlemevi
Oregonian gazetesi
BAŞLIK: Yanardağ gürlemeleri jeologları şaşırtıyor
MUHABİR: Richard L. Hill
28 Eylül 2004

"Paranızın karşılığını fazlasıyla alıyorsunuz."
– John-Paul Clarke, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü
Boston Globe gazetesi
BAŞLIK: Ekip, uçakları indirmek için daha sessiz bir yol tasarladı
MUHABİR: Gareth Cook
21 Aralık 2003

6. Zekice bir espri kullanın

En iyi kısa açıklama herhalde zekice yapılmış bir espridir. Bunlar bazen rastgele edilmiş bir söz gibi görünseler de, en iyi ileti-

şimciler bunları önceden planlarlar. Genel olarak kısa olup, zekice edilmiş tek satırlık bir söz, birkaç sözcüğe sığdırılmış öngörülü bir ifade ya da güçlü bir bildirim olabilirler. Gazetecilerin sevdiği ve izleyicilerle okuyucuların da aklında kalan bir havaları vardır.

"Daha önceki kuşkuculuğum hakkında kuşkuya düşüyorum."
– Lawrence A. Crum, Washington Üniversitesi
New York Times gazetesi
BAŞLIK: Minik baloncuklar bir yıldız kadar ısı çıkartarak sönüyorlar
MUHABİR: Keneth Chang
15 Mart 2005

"Mars'ta, Dover'in beyaz yamaçları yok."
– Joshua Bandfield, Arizona Eyalet Üniversitesi
Los Angeles Times gazetesi
BAŞLIK: Bilim dosyası: Araştırma Mars'ta okyanus savını sorguluyor
MUHABİR: Usha Lee McFarling
23 Ağustos 2003

"Normal mantığa göre, kuantum mekaniği mantıksızdır."
– William D. Phillips, Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsü
Business Week dergisi
BAŞLIK: Gariplikten Yarar Sağlamak
MUHABİR: John Carey
15 Mart 2004

"Einstein'ın çöp kutusunu karıştırıyoruz."
– Robert P. Kirshner, Harvard Üniversitesi
Boston Globe gazetesi
BAŞLIK: 2003 yılının en iyi 10 bilimsel gelişimi
MUHABİR: Gareth Cook
23 Aralık 2003

"Henüz sihirli peri tozunu bulamadık."
– Edwin Minkley, Carnegie Mellon Üniversitesi
Pittsburgh Post-Gazette gazetesi
BAŞLIK: Çok inatçı bir sorun: Bilim insanları ve mühendisler, imha edilemez gibi görünen PCB'leri (*Poliklorodifenil*) kontrol etmenin veya ortadan kaldırmanın yollarını arıyorlar
MUHABİR: Byron Spice
23 Ağustos 2004

"Hayretten öylesine ağzım açık kaldı ki, çenemi toparlayamıyorum."
– Bernard Wood, George Washington Üniversitesi
Baltimore Sun gazetesi
BAŞLIK: Endonezya'da minik insan fosilleri bulundu
MUHABİR: Dennis O'Brien
28 Ekim 2004

"Sekiz tane daha araştırma görevlisini bu sorunun üzerine salıp, neler bulabileceğimizi görmek ilginç olacak."
– F. Sherwood Rowland, Kaliforniya Üniversitesi, Irvine
Orange County Register gazetesi
BAŞLIK: Kaliforniya Üniversitesi iklim değişimi araştırması için 1,2 milyon dolar alıyor: Küresel ısınmadan endişelenen Lands' End* kurucusu, sekiz araştırma görevlisine burs verecek
MUHABİR: Gary Robbins
19 Mayıs 2003

En iyi alıntıların bazıları farklı kısa açıklama türlerini birlikte kullananlardır. Örneğin, aşağıdaki alıntılar espri olarak kullanılmış klişelerdir.

* Lands' End Yaban Yaşamı Denetim Alanı: Virginia, ABD'de bir koruma alanı (ç.n.)

"İşte bu gerçekten de 64.000 dolarlık soru."
– Tony Plant, Pitt Üretim Fizyolojisi Araştırma Merkezi
Pittsburgh Post-Gazette gazetesi
BAŞLIK: Araştırmacılar, ergenlik değişimlerini tetikleyen geni buldular
MUHABİR: Byron Spice
1 Şubat 2005

"Artık şimdi, T. Rex'in hızlı yaşadığını ve genç öldüğünü biliyoruz."
– Gregory Erickson, Florida Eyalet Üniversitesi
Oregonian gazetesi
BAŞLIK: T. Rex hızlı büyüdü, ama asla yeni bir çift pabuç almak zorunda kalmadı
MUHABİR: Richard L. Hill
18 Ağustos 2004

Bir sonraki alıntı bir espri ile, bir resim çizen bir alıntıyı birleştiriyor:

"Hiç kimsenin mezar taşında, 'Bir göktaşına kurban gitti,' yazması pek olası değil. Ama uzay uçuşup duran bu taşlarla dolu."
– Clark Chapman, Southwest Araştırma Enstitüsü
Orange County Register gazetesi
BAŞLIK: Bela aramak: Yönünü değiştirmek mi yoksa yok etmek mi? Bilim insanları dünyaya yaklaşan kaya parçalarıyla nasıl baş edeceklerini düşünüyorlar
MUHABİR: Gary Robbins
21 Şubat 2004

Ya da, bir resim çizip, sonra da espri olarak bir klişeyi kullanan bir alıntıya ne dersiniz?

"Titan'ın çoğu buz. Şu anda yalnızca ilk bilgi kırıntılarını görmekteyiz... buzdağının ucunu."

– Torrance Johnson, Jet İtki Laboratuvarı (Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü)
Orange County Register gazetesi
BAŞLIK: Titan fotoğrafları erozyona işaret ediyor
MUHABİR: Gary Robbins
15 Ocak 2005

Ölçülü Olmak

Kısa açıklamaları vurgulamamız, bir dizi zeki analojiyi ve espriyi ard arda sıralamanız gerektiği anlamına gelmez. İdeal bir söyleşide, konuşmanızın içine vermek istediğiniz mesajları yansıtan kısa açıklamaları serpiştirir, sonra da diğer konuşma noktalarını (alt mesajları) ve ayrıntıları anlatmak için net ve kısa bir dil kullanmaya devam edersiniz. Gazetecilerin, kısa açıklamalar için antenleri vardır ve duydukları zaman bunları tanırlar. Yukarıdaki alıntıların, alıntılanan bilim insanının niyeti bu olmasa bile, yazılı basında yer almalarının nedeni de budur.

İşin gelip dayandığı nokta şu: basın ile olan tüm iletişimlerinizde –bu ister yerel gazetenizdeki genel haberlere bakan bir muhabirle, isterse de ülkenin önde gelen medya kuruluşlarından birindeki en iyi bilim muhabiri ile yaptığınız bir söyleşi olsun– söyleşi öncesinde, ne söylemek istediğinizi ve bunu nasıl söyleyeceğinizi bilmek zorundasınız. Bu şekilde, muhabirler sizin kullanmalarını istediğiniz alıntıları kullanırlar. Onlar zaten, sizin onlara iyi bir şeyler vermenizi bekliyorlar.

V. Bölüm

Söyleşiyi Kontrol Altına Almak

Birçok bilim insanı için söyleşi yapmak stresli bir deneyimdir. Daha önceden notlar hazırlamış ve söylemeyi planladıklarınızı prova etmiş olsanız bile, söyleşi bir kere başlayınca, kendinizi muhabirin insafına kalmış gibi hissedersiniz. Aklınızdan, "Dediklerimi doğru not alıyor mu? Konuyu gerektiği gibi anladı mı? Neden böyle teğet sorular soruyor? Bir hata yaparsa, güvenirliğim ve itibarın zarar görür mü?" gibi sorular geçiyor olabilir.

Bu senaryoların herhangi biri sizin, haberin sonuçta nasıl çıkacağı konusunda haklı olarak endişelenmenize neden olabilir. Ama, böyle olması gerekmiyor. Söyleşinin kontrolünü elinize geçirerek söyleşinin daha stressiz bir ortamda geçmesini sağlayabileceğiniz gibi, sonuçta ortaya çıkacak haber de sizi daha mutlu edecektir.

Sözcüklerinizi Dikkatle Seçin

Muhabirler, ister resmi bir söyleşi, isterse de gayriresmi bir konuşma sırasında olsun, genellikle söylediğiniz her şeyi "kayıt altında" ve bir haberde kullanılabilir olarak kabul ederler. "Kayıt dışı" ya da "yalnızca bilgi için" konuşmanın sorunu bu terimlerin, farklı medya kuruluşları için farklı anlamlar taşımalarıdır. Örneğin, Amerikan Halk Sağlığı Hizmetleri Derneği'nin bir yayını olan *Policy and Practice* dergisinden şu alıntıya bakın: "Eğer, 'Kayıt dışı konuşabilir miyiz?' diye sorarsanız ve muhabir de kabul ederse, bu süre içinde söyleyeceğiniz herhangi bir şeyin bir haber metninde kullanılamayacağı hakkında gayriresmi bir anlaşmanın tarafı haline gelirsiniz."[1] Şimdi, bunu *Investment News*'dan şu alıntı ile karşılaştırın: " 'Kayıt dışı,' muhabire verilen bilginin kaynağının gizli tutulacağı anlamına gelen bir terimdir. Bu durumda, kimliğin gizli tutulması söyleşi başlamadan önce talep edilir."[2] Yani, bir tanıma göre, muhabirin verilen bilgiyi kullanmasına izin verilmezken, diğer bir tanımlamaya göre bilgi, kaynak gösterilmeden kullanılabilir. "Yalnızca bilgi için" terimi etrafında da benzer bir kavram karmaşası bulunmaktadır. Amerikan Halk Sağlığı Hizmetleri Derneği'ne göre: "Bir muhabirle yalnızca bilgi için konuşulması, onun konuşma sırasında kendisine verilen bilgiyi kullanabileceği, ancak kaynak gösteremeyeceği anlamına gelir."[3] *Investment News* ise şöyle diyor: "Bir muhabire 'yalnızca bilgi için' söylenenler sadece muhabirin o konuya yaklaşımını geliştirmek için kullanılabilir."[4] Birçok gazete gibi *Washington Post* da, muhabirlerine, kaynaklarıyla kayıt içi görüşmelerini öneriyor. "Bu olamıyorsa, o zaman kaynağın 'yalnızca bilgi için' konuşmasını tercih ederiz; böylece, edindiğimiz bilgiyi kaynak göstermeden kullanabilme imkânımız olur," diyor *Post*'un editörü Leonard Downie, Jr. "Kaynaklarımızın 'kayıt dışı' konuşmalarını pek istemiyoruz, çünkü bu, başka bir kaynaktan doğrulama amaçlı bile olsa, söylediklerini hiçbir zaman kullanamayacağımız anlamına gelir."[5]

Bu farklı yorumlara bakınca sizlere önerimiz, söylediğiniz her şeyin "kayıt içi" olması ve onların arkasında durabilecek şekilde

konuşmanızdır. Ancak kayıt dışı ya da yalnızca bilgi için konuşma gereğiniz doğarsa, o zaman muhabirle, bu terimlerin ne anlama gelecekleri konusunda fikir birliğine varın. Söyleşiye devam etmeden önce, vardığınız anlaşma hakkında dikkatle düşünün; koşulların herhangi biri sizi rahatsız ediyorsa, en iyisi söyleşiyi yapmamak olacaktır.

Bir muhabirle kayıt dışı konuşmanızı önerebileceğimiz tek durum, onunla yıllara dayanan bir güven ilişkisi kurmuş olmanızdır. Bu durumda muhabir de size, sizin ona verdiğiniz kadar değer vereceğinden, bu ilişkiyi zedeleyecek bir davranışta bulunmaktan kaçınacaktır. Ancak yine de, geçerli koşulların açıklanmış olmasını istemeniz gerekir.

Ev Ödevinizi Yapın

Söyleşiden önce, küçük bir araştırma yapmalısınız. Muhabir kimdir? Asıl görev alanı nedir? Haber için bir zaman kısıtı var mı? Haberin ana teması nedir? Siz nasıl yardımcı olabilirsiniz? Emin olun, bu sorular için harcayacağınız o fazladan bir dakikanın karşılığını fazlasıyla görürsünüz. "Her zaman, muhabirin bir zaman kısıtlamasının olup olmadığını ve haberin ne kadar yer tutacağını sorarım," diyor Wisconsin-Madison Üniversitesi'nde hayvan hastalıkları epidemiyolojisi uzmanı olan Thomas Yuill. "Bu, iyi bir çift-yönlü iletişime yol açar ve kendi taraflarında neyle karşı karşıya oldukları hakkında da bana gerçekçi bir fikir verir." Arizona Üniversitesi'nde koruyucu biyoloji ve bitki ekolojisi uzmanı olan Guy R. McPherson da aynı konuya değiniyor ve başarının anahtarının, "Söyleşinin daha başlarında (ya da bazen, başlamadan) haberin amacının ne olduğunu belirlemek, sonra da araştırma yapıp ya da kendimi zihnen söyleşiye hazırlamak (bu sık sık, bir kâğıda birkaç 'akılda kalıcı' cümle yazmayı da içerir)," olduğunu söylüyor.

Positive Communications'dan Christine Jahnke, her söyleşiden önce sormanız gereken altı anahtar soru olduğunu söylüyor:

1. Haberin konusu nedir?
2. Muhabirin bakış açısı nedir?

3. Varsa, zaman kısıtı nedir?
4. Söyleşi televizyon ya da radyo için ise, canlı mı, banttan canlı mı, yoksa kurgulanmış mı olacak? (Bunlar bu bölümde daha ayrıntılı olarak anlatılacaktır.)
5. Söyleşi ne zaman ve nerede yapılacak?
6. Muhabirin diğer kaynakları kimlerdir?

Bu soruların yanıtları, size nasıl devam edeceğinizi gösterecektir. Örneğin, haberi hazırlayacak olanın, hiçbir bilimsel habercilik geçmişi olmayan ve değişik konulara bakan bir muhabir olduğunu keşfederseniz, söyleşi üzerinde daha da fazla bir kontrol oluşturmak zorunda kalacaksınız demektir. *Christian Science Monitor*'den Peter Spotts şu öneride bulunuyor: "Eğer konu hakkında hiçbir bilgisi olmayan biriyle karşılaşırsanız ve bunu size doğrudan söyleyemeyecek kadar utangaç ya da gururluysa, onu konu hakkında adım adım bilgilendirmeye istek gösterin. Ona, 'araştırmanızı okuyup okumadığını' sorabilirsiniz. Okumadıysa, konu hakkında fazladan bir yardıma gereksinim duyacağından emin olabilirsiniz."

Söyleşiyi Hazır Olunca Yapın

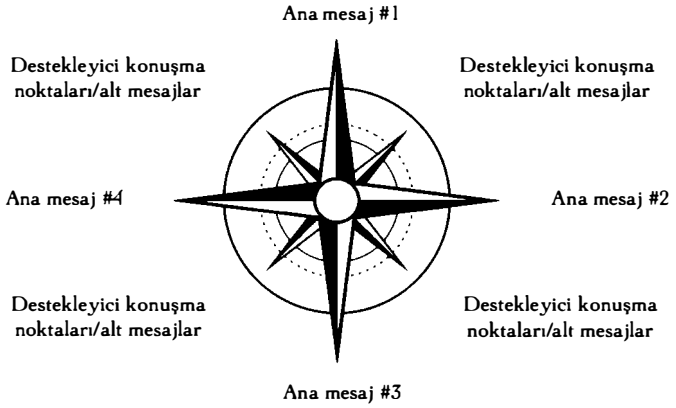
Söyleşiyi yapacak kişinin gereksinimlerini ve uzmanlığını öğrenmek için biraz zaman harcamak ve konuşma noktalarınızı buna göre hazırlamak, başarılı bir söyleşi için önemli bir adımdır. Ama, hiç beklenmedik bir anda bir muhabirden, açıklama yapmaya hazır olmadığınız bir söyleşi talebi geldiği de olabilir. Muhabirden, bu söyleşi için zaman isteyin ve hazırlanmak için birkaç dakikanızı verin. Muhabir aynı günde bir zaman kısıtı ile karşı karşıya ise, o zaman on ya da on beş dakika sonra konuşup konuşamayacağınızı sorun. Çok kısıtlı zamanları olan muhabirler bile, onları hemen geri arayacağınızı bilirlerse, beş dakika bekleyebilirler.

Henderson, Nevada'da, çevre kirliliği kontrol uzmanı olan Dr. Carol Sing gibi bazı bilim insanları, hazırlıksız yakalandıkları bir söyleşi sonrasında neler olabileceğini deneyimle öğrenmiş

bulunuyorlar. "Resmi söyleşiden önce, *Las Vegas Review Journal*'dan bir çevre muhabiriyle gayriresmi bir konuşmaya girdim," diyor Sing. "Sonra da dehşet içinde, bu gayriresmi laflarımın bir kısmının haberde, üstelik bağlam dışı olarak kullanıldığını fark ettim." Beaverton, Oregon'da, *Watershed Solutions* şirketinde çalışan nehir suları kalite uzmanı Laurel Standley de benzer bir sorun yaşamış. "Bir muhabir ile son temasımda, önceden haber verilmeden ve muhabirin asıl ilgi duyduğu konunun ne olduğunu bilmeden, bir konu hakkındaki düşüncem soruldu. Farkında olmadan, biraz fazla bilgi vermişim –şimdi dönüp bakınca, tam olarak ne ile ilgilendiğini sormuş olmam ya da konuşmak için yalnızca bir tek konu seçmiş olmam gerektiğini görebiliyorum."

Yolunuzdan Şaşmamak İçin Bir "Mesaj Pusulası" Kullanın

Bir önceki bölümde net ve kısa mesajların, görüşlerinizin ve araştırmalarınızın nasıl kamuoyunda daha anlaşılır olmalarına yardımcı olabileceklerini ve alıntılanabilir kısa açıklamaların muhabirin, sizin istediğiniz sözcükleri kullanmasını nasıl sağlayabileceklerini açıkladık. Bunları, söyleşiyi yönlendirmenizde si-



Şekil 1: Mesaj Pusulası

ze yardım edecek bir pusula üzerindeki yönler olarak düşünün. Dört ana mesajınız varsa, birincisini kuzeyde, ikincisini doğuda, üçüncüsünü güneyde ve sonuncusunu da batıda olarak düşünün. Bunların her birinin arasında da alt mesajlarınız (konuşma noktalarınız) ve kısa açıklamalarınız yer almakta. Her söyleşinizde, yalnızca bu pusula üzerindeki ana mesajları ve konuşma noktalarını kullanmaya çalışın. Bu yaklaşım, nihai hedefinize ulaşmanızda size yardımcı olacaktır: araştırmanızın en önemli yönlerini doğru olarak yansıtan bir haber.

Neden bir pusula? Muhabirlerin sorular sordukları ve sizin de yanıt verdiğiniz klasik bir söyleşi yapısı sizin, anlatılmasını istediğiniz haberi kontrol etmekten çok, rastgele konuştuğunuz hissine kapılmanıza neden olabilir. Halbuki bir mesaj pusulası kullanmak, bir söyleşiye mesajlarınızın nasıl görünmelerini istediğiniz hakkında kafanızda net bir düşünceyle gitmenizi ve bu mesajları proaktif olarak ileterek, haberin olabildiğince doğru olarak yazılmasını sağlar. Söyleşi hangi yöne giderse gitsin, her zaman ne söyleyeceğinizi bilirsiniz; çünkü her yönde ya bir ana konuşma noktası ya da bir alt mesaj vardır. Ve konuşma noktalarınız doğrusal değilse, gerektiği anda bu mesajlar arasında geçiş yapabilirsiniz.

Tekrar, Tekrar, Tekrar

Söyleyecek önemli bir konunuz varsa ve bir söyleşi sırasında bunu yalnızca bir kez söylerseniz, muhabir (ya da okur ya da radyo dinleyicisi ya da televizyon seyircisi) onun önemli olduğunu nasıl anlayabilir? Öykünüzün anlatıldığından emin olmak için, ana mesajlarınızı olabildiğince sık iletmeniz gerekir. "Duyulmanın anahtarı tekrardır," diyor Christine Jahnke.

Yolunuzu Şaşırmak

Muhabirler size, mesajlarınız ile doğrudan ilgili sorular sorarlarsa konuşma noktalarınızdan sapmamak zor bir şey değildir. Ama tartışmak istediklerinizden çok farklı konular hakkında sorular sormaya başlarlarsa ne olur? Sorulan soruları, pusulanız-

da olmayan yanıtlarla yanıtlamaya başlarsanız, muhabir de kaçınılmaz olarak haberini gitmek istemediğiniz bir yöne çekecektir. Bunun olmasını engellemek için muhabirin sorularını elinizden geldiğince çabuk yanıtlayıp, kendi ana mesajlarınıza geri dönün; böylece söyleşi yeniden sizin istediğiniz yöne dönmüş olur. Bu teknik "köprüleme" olarak bilinir.

Belli tümceler mesaj pusulanızdan sapmış olan bir konuşmadan, ana konuşma noktalarınıza bir köprü atmanızı sağlarlar. Jahnke, ana mesajlarınıza geri dönmek için, "ve bakın size şunu söyleyeyim..." tümcesini öneriyor. Diğer yararlı tümceler, "ama biliyorum ki..." ya da "burada gerçekten önemli olan..." olabilir. Örneğin, uzmanlık alanınız dışında kalan bir soruya yanıt olarak, "O alanı incelemedim. Ama kendi araştırınam hakkında size şunu söyleyebilirim..." ya da, "Bunun yanıtını bilmiyorum, ama bu araştırmayı anlamak için gerçekten önemli olan şudur ki..." diyebilirsiniz.

Söyleşi Bitti; Şimdi Ne Olacak?

Söyleşinin, muhabirin sorularının bitmesiyle birlikte sona ermediğini anımsamak önemlidir. *New Orleans Times-Picayune* gazetesi için çevre haberleri hazırlayan Mark Schleifstein, "Söyleşinin sonunda, söyleşiyi yapan kişinin konuyu anlamış olduğundan emin olmak için bilim insanının sorular sormasını öneririm," diyor. *Sacramento Bee* gazetesinin bilim muhabiri Edie Lau, bunu bir adım daha ileri götürmeyi öneriyor. "Eğer birisiyle ilk defa birlikte çalışıyorsanız ve bu kişinin konuyu yeterince anladığından emin değilseniz, haberi tamamlamadan önce sizi yine aramasını istemekten çekinmeyin. Çoğu muhabir, gözden geçirmeniz için size haber taslağının tümünü vermez ama bir çoğu, doğruluğundan emin olmak için belli bölümlerin, özellikle de teknik bölümlerin üzerinden sizinle birlikte geçmeyi kabul eder." Bazı muhabirler, özellikle de dergi yazarları, haber yayımlanmadan önce metni gözden geçirme fırsatını verirler ve hatta, bunu yapmanızı kendileri ister.

Yaban yaşamı biyoloğu Warren Aney bilim insanlarının, "içeriğe müdahale etmeden, muhabirin yazdığı her şeyi doğruluk ve bütünlük açısından gözden geçirmeyi teklif etmelerini (bazı muhabirler buna olumlu yaklaşırlarken, diğerleri kesinlikle reddederler)," öneriyor. Ohio Eyalet Üniversitesi'nde bir astrofizikçi olan Dr. Kristen Sellgren de, "Haber yayımlanmadan önce makalenin müsveddesinin bir kopyasını kontrol edebilmem son derece iyi oluyor. Yapılan en kötü hataları yakalayıp düzeltebiliyorum," diye ekliyor.

Peter Spotts da yazılanları gözden geçirmeyi istemek taraftarı, "Ama muhabir reddederse de surat asmayın," diyor. "Asla, yayımlanma öncesi makaleyi gözden geçirmeyi, söyleşinin bir ön şartı olarak öne sürmeyin," diye de ekliyor. "Kuşkularınız varsa, söyleşiyi reddedin. Yayın öncesi bir meslektaşın gözden geçirmesi bilimin bir parçası olabilir ama, gazeteciliğin bir parçası değildir. Birçok yayın organı, yayın öncesi haberin kaynağa gösterilmesini yasaklar."

Eğer söyleşiyi telefonla yapmak sizi çok rahatsız ediyorsa, muhabirin soruları size e-posta ile göndermesini isteyebilirsiniz. Bu, yalnızca yanıtlarınızı hazırlamak için size ek zaman sağlamakla kalmaz, aynı zamanda dediklerinizin doğru bir şekilde kullanılmasını da garantiler.

Ek Öneriler

Genellikle, ister gazete, isterse de radyo veya televizyon muhabiri ile olsun, her söyleşiye aynı şekilde yaklaşınanız gerekir. Şimdiye kadar yaptığımız önerilere ek olarak, şu ipuçlarını da aklınızda bulundurun:

Kısa ve Kesin Olsun

Kısa yanıtlar açık ve anlaşılması kolaydır. Aynı zamanda da, iyi birer kısa açıklama olurlar. Christine Jahnke söyleşi veren kişilerin, "yanıtlarını, yaklaşık 20 saniyelik kısa cümlelerle kısıtlamalarını," öneriyor –özellikle de televizyon söyleşilerinde.

Asla Tahminde Bulunmayın

Bir istatistik ya da olgudan emin değilseniz muhabire, bunları kontrol etmeniz gerektiğini ve ona geri döneceğinizi söyleyin. Söyleşi canlı ise, yanıtı bilmediğinizi söyleyin ve mümkünse bir "köprü atarak" konuşmayı kendi mesajınıza döndürün. Wayne Eyalet Üniversitesi'nde fizikçi olan Alvin Saperstein, medya ile ilişkisinin anahtarının, "açıklık, dürüstlük (bilmediklerinizi kabul edin) ve bütünlük" olduğunu söylüyor. Araştırmanızı bir daha gözden geçirmeniz gereği, sizi muhabirlerin gözünde küçültmez.

Kendiniz Olun

Televizyonda görüneceksiniz diye fazlasıyla ciddi, kibar ya da programlanmış olmanız gerekmez. "Neşeli ve rahat olun," diyor Michigan Üniversitesi'nde jeofizik ve iklim değişimi uzmanı olan Henry Pollack, "ciddi ve sıkıcı değil."

Gerektiğinde Açıklamada Bulunun

Bir konu hakkında bulanık alanlar varsa, bunu muhabire doğrudan söyleyin. Louisiana Jeolojik Araştırmalar ve Louisiana Üniversitesi ile çalışan bir jeolog olan Richard P. McCulloh, "uygun gördükçe her şeyi açıklamanızı ve bu açıklamaları teknik içeriğin gerekli yönleri veya öğeleri olarak tekrar tekrar vurgulamaya devam etmenizi" öneriyor.

Öfkelenmeyin

Bazen kendinizi canlı bir radyo söyleşisinde, saldırgan bir muhabirle ya da farklı görüşlere sahip uzmanlarla karşı karşıya bulabilirsiniz. Söylenenler ne kadar yanlış ya da kışkırtıcı olsa da, soğukkanlılığınızı yitirmeyin. Onların dediklerini sakin bir biçimde yanıtlayın ve halkın duymasını istediğiniz mesajlarınızı iletin.

Samimi Olun – Ama Profesyonelliğinizi Koruyun

Bir dostunuz ya da meslektaşınız sizi bir muhabire önermişse, daha az temkinli olmaya ya da her zamankinden daha açık

konuşmaya meyilli olabilirsiniz. Ana mesajlarınıza odaklandığınız sürece, bunda bir sorun yok. Ama, yalnızca muhabirle iyi bir ilişkiniz var diye, aklınıza geldiği şekilde konuşmayın ve basında görmeyi istemediğiniz şeyleri söylemeyin. Sonuçta unutmayın ki, gazeteci sadece haber peşindedir.

Fazla Zeki (ya da Cahil) Görünmeyin

Bir bilimsel doktora derecesine sahip olmaması, bir muhabirin zeki olmamasını gerektirmez. Mesajlarınızı, muhabirin kavrama seviyesinin altında ya da üstünde olmayan bir seviyede ilettiğinizden emin olmak için ona, istediğini verip vermediğinizi sorun. "Eğer bilim insanı, anlattıklarını muhabirin pek de anlamadığını düşünmeye başlamışsa, biraz yavaşlamasında ve bunu sınamasında yarar vardır," diyor National Public Radio'da bilim muhabiri olan Richard Harris. "Biriyle konuşurken, konuştuğum kişi jargon kullanmaya başlarsa, yapmakta yarar gördüğüm bir şey –bir bilim insanı da bazı şartlarda bunu önerebilir– dediklerini özetleyip, 'Bu doğru mu? Böyle de denebilir mi?' diye sorarım. Bu bana, söylenenleri doğru anlayıp anlamadığımı kontrol etmek olanağını verir."

Canlı mı, Banttan mı?

Söz konusu olan radyo ve televizyon söyleşileri ise, bunun canlı mı, banttan-canlı mı, yoksa kurgulanmış mı yayınlanacağını önceden bilmek önemlidir. *Canlı* bir söyleşi, siz konuşurken yayınlanır. Hiçbir kurgu yoktur ve söylediğiniz her şey anında seyirci ve dinleyiciler tarafından duyulur. Canlı söyleşilerin çoğu, yalnızca birkaç dakika sürer; onun için, ana mesajlarını ilettiğinizden, hem de hızlı bir şekilde ilettiğinizden kesinlikle emin olmanız gerek –yayına geçtiğinizde, dört ya da beş dakikalık bir söyleşi, olduğundan çok daha kısa görünür. Daha uzun süren canlı radyo söyleşilerinde, alt mesajlarınız ile daha fazla ayrıntıya girme şansınız olabilir, ama yine de mesaj pusulanıza sadık kalmaya çalışmalısınız. Birçok dinleyici kanallar arasında dolaştıklarından, sizin yayınınızdan ça-

bucak ayrılabilirler; bu yüzden, ana mesajlarınızı tekrarlamak çok önemlidir.

Banttan-canlı bir söyleşi, sanki canlı yayınlanacak gibi kaydedilir ama daha sonra yayınlanır (National Public Radio'nun "Fresh Air" programı gibi). Yayıncılar, yayının kesintisiz olmasını istediklerinden, söyleşiye sanki canlıymış gibi yaklaşmanız gerekir. Söyleşi başlamadan, önemli bir hata yapmanız durumunda söyleşinin bir kısmını tekrarlamanın mümkün olup olmadığı konusunu muhabir ile konuşun.

Ve en son olarak, *kurgulanmış* söyleşi. Televizyon için en çok kullanılan söyleşi şekli budur ve sık sık National Public Radio ve diğer radyo istasyonlarındaki haberler için de kullanılır. Söyleşi başlamadan, muhabire söyleşinin ne kadarlık bir bölümünü kullanmayı düşündüğünü sorun. Çoğu söyleşi, yirmi saniye ya da daha kısa sürecek gibi kurgulanır, ki bu da, temelde tek bir kısa açıklamaya karşılık gelir. Böyle olunca, iletmeye çalıştığınız ana mesajı düşünün ve onu tekrarlayıp durun. Daha uzun kurgulanmış söyleşiler için de, uzun bir canlı söyleşi için yapmış olduğumuz önerileri dikkate alın. Ve, Richard Harris'in de önerdiği gibi, " 'Bir dakika, şaşırdım, bunu baştan bir daha alalım,' demekten çekinmeyin."

Radyo Söyleşileri

Eskiler, "Önemli olan ne söylediğin değil, nasıl söylediğin." derlerdi. Radyo söyleşileri için, nasıl söylediğiniz kadar, ne söylediğiniz de önemlidir. Dinleyiciler, siz konuşurken yüz ifadenizi ve jestlerinizi göremeyeceklerinden, anlamlı bir tonla konuşmalısınız. Monoton bir ses tonu, en heyecan verici araştırmayı bile sıkıcı bir hale getirebilir. Caplan İletişim'den Aric Caplan, radyo söyleşileri için hazırlanan bilim insanlarının soruları yanıtlamayı prova ederlerken, kendilerini kaydetmelerini öneriyor. "Bir insanın konuşmasının ses kalitesini ve ritmini gözden geçirip eleştirmek için daha iyi bir yöntem yoktur... Kişinin kendi sesini duyması, en deneyimli konuşmacının bile konuşmasında bir fark yaratabilir."

Telefonda bir söyleşi yaparken, ana mesajlarınız ve konuşma noktalarınızı içeren pusulanızı önünüzde bulundurun, ama bu noktaları kelime kelime de okumayın. "İnsanlar söyleyeceklerini okumaya çalıştıklarında, bu hiçbir zaman konuşuyorlarmış gibi gelmez," diyor Richard Harris. "Bunun, konuşma şeklinde olması gerekir. Birileriyle konuşmaktan zevk alırım ve bu konuşma sırasında insanlar, seçtiğim ilginç şeyler söylerler. Bunun bir gösteri olması gerekmez. Yalnızca soruları dinleyin ve yanıtlayın." Bu canlı, banttan-canlı ve kurgulanmış söyleşilerin tümü için geçerlidir.

Caplan, söyleşi sırasında anahtar mesajlarınızı vermenin yanında, dinleyicilerin daha fazla bilgi edinebilecekleri bir web sitesinden bahsetmeyi de öneriyor. Aynı zamanda, bir "eyleme çağrı"nın önemini de vurguluyor. "Sonunda," diyor, "radyoda konuşmanın amacı, belirli ya da istenen bir sonucu etkilemektir. 'İzleyiciyi, hep daha fazlasını istemeye itin,' deyişi doğrudur." Bir radyo programı için söyleşi yapacaksanız, önceden bu programın formatını araştırın. Bir tartışma ortamı yaratmak amacıyla, bir konunun bir tarafını mı temsil edeceksiniz, yoksa bire bir bir söyleşi mi olacak? Dinleyicilerden de telefonla sorular gelecek mi, yoksa tüm sorular program yapımcısı tarafından mı sorulacak? Herhangi bir kuşkunuz varsa, istasyonun internet sayfasını kontrol edin.

Eğer zamanınız sıkışıksa, yalnızca sabah ve akşamüstü trafiğin yoğun olduğu saatlerde yayınlanacak radyo söyleşilerini kabul edin. "Yoğun trafik saatleri sırasında yayınlanan söyleşiler en geniş ve etkili dinleyici kitlesine ulaşırlar," diyen Caplan, söyleşinizin yayınlanması için haftanın en iyi gününün Perşembe olduğunu, çünkü "çoğu önemli radyo tanıtımlarının, önemli duyuruların ve yarışma sonuçlarının hep Perşembe günleri yayınlandıklarını," söylüyor. Hafta sonu radyo programlarının izleyici sayısı, hafta içi günlerdekinden daha azdır; ama alıştırma yapmak için fırsat arıyorsanız, çok iyi bir başlangıç noktası olurlar.

Televizyon Söyleşileri

Bir televizyon kamerasının karşısında oturmak, telefonda bir radyo ya da gazete muhabiriyle konuşmaktan daha ürkütücü olabilir. Söyleşinin yönü hakkında kendinizi rahat ve güvenli hissetmek amacıyla mesajlarınızı önceden hazırlamanız için daha önemli bir neden. Ve bu da, yine, sorularınızı önceden sormanız demektir. "Her söyleşinin parametrelerini önceden bilin," diye uyarıyor Caplan. "Her soruyu öngörmek gerçekçi değilse de, program öncesinde yapımcıya söyleşinin kapsamı ve yönü hakkında sorular sorun. Bu konuda açık değillerse, zamanınızın değerini yeniden gözden geçirmenizde yarar var."

Bir televizyon söyleşisi, bir radyo söyleşisi ile aynı unsurları içermelidir: bir "eylem çağrısını" da içeren üç ya da dört ana mesaj ve seyircilerin daha fazla bilgi alabilecekleri bir web sitesi.

Wisconsin-Madison Üniversitesi'nden Thomas Yuill, "TV haberleri özellikle zorlayıcıdır, çünkü size genelde sadece birkaç saniye verirler ve böylece olayı onlara bir bütünlük içinde anlatmanızı olanaksız bir hale getirip, bazen de doğruluğun feda edilmesine neden olurlar," diyor. İklimci/meteorolog Steve LaDochy'nin başına gelen de aynen bu. "Birkaç yıl önce CBC-TV ile küresel soğuma ve 'garip hava durumları' ile ilgili olarak bir söyleşi yapmıştım," diyor LaDoche. "İklim değişikliği ile ilgili birçok kuramı ve önemli değişkenleri anlattıktan sonra, yarım saatlik konuşmam tek bir cümleye indirgendi; ne olacağını tam olarak bilmediğimize. Ve programın kalan yirmi dakikası, o yıl misk farelerinin tüyleri bir önceki yıldan daha uzun olduğu için kışın sert geçeceğini söyleyen bir orman köylüsü ile yapılan bir söyleşiye ayrılmıştı."

Bir televizyon söyleşisini uydu aracılığı ile değil de, şahsen yapıyorsanız kameraya değil, sunucuya bakın. "Kamera ekibini, gelecekteki televizyon seyircilerini boş verin," diye öneriyor eski *Frontline* muhabiri ve yapımcısı ve şimdi kendi iletişim ajansı Cater Communications'ı yöneten Morrow Cater. "Tek bir kişi ile konuşuyorsunuz –bunu unutmayın ve dikkatinizi o kişisel ilişki üzerinde toplayın."

Çoğu zaman oturuyor olacaksınız ve kamera sizi biraz yandan alacak şekilde ayarlanmış olacak. Ama bazen, özellikle açık havadaysanız ya da bir dekor önündeyseniz, ayakta görüntülenmek daha mantıklı gelebilir. Oturarak yapılan söyleşiler için Cater, "Ceketinizin boynunuzun etrafında toplanmamasına dikkat edin," diye öneriyor. "Sandalyenin kenarına oturun, dik durun ve kameraya değil, sunucuya bakın." Aric Caplan da, söyleşi yapılan kişilerin mümkünse uygun bir grafik ya da fon önünde durmalarını öneriyor. Bu, üniversitenizin ya da şirketinizin logolu bir pankartı ya da web sitesi olabilir. Bazen kamera ekibi, söyleşiniz için örneğin bir laboratuvar gibi ilginç bir "görsel fon" önerebilir. Önerilen fon uzmanlığınız için uygun değilse veya sizi rahatsız ediyorsa, bunun neden uygun olmadığını anlatın ve bir çözüm önerin.

Moda

Seyircinin ilgisini mesajınızdan uzaklaştırabilecek her türlü giysi veya aksesuar evde bırakılmalı. Söyleşi açık bir alanda ya da bir laboratuvarda gerçekleştiriliyorsa, o ortama uygun bir giysi giyin. Büro ya da TV stüdyosu çekimleri için, üzerinize iyi oturan ve rahat bir şeyler giyin. Christine Jahnke aşağıdaki giysi seçimlerini öneriyor:

Kadınlar

- Takım elbise, elbise veya pantolon-ceket
- Tok kumaşlar: yün, keten, pamuk
- Canlı renkler: turkuvaz, mor, kırmızı (size yakışan tonları seçin)
- Krem ya da pastel renkli bir bluz
- Pudralı bir makyaj; mat bir ruj
- Çerçevesiz ya da açık renk çerçeveli ve yansıtmasız camlı gözlükler

Erkekler

- Gri ya da lacivert takım elbise veya tek ceket

- Uzun kollu, kırık beyaz, açık mavi veya gri gömlek
- Sade desenli bir kravat
- Parlamayı önlemek için yüz pudrası
- Otururken bacakların görünmemesi için dizaltı çorap
- Çerçevesiz ya da kemik çerçeveli ve yansıtmasız camlı gözlükler

Herkesin Kaçınması Gerekenler

- Siyah, beyaz veya parlayan kumaşlar
- Şal desenli, çizgili, ekose veya çiçekli desenler
- Büyük, sallanan veya göz alıcı takılar
- Işığı yansıtacak parlak altın veya gümüş takılar

Bir Haber İstediğiniz Gibi Çıkmazsa

Tüm çabalarınıza rağmen, bir muhabir bazen sizi yanlış alıntılayabilir veya çok önemli bir bilgiyi yanlış verebilir. Böyle bir şey olursa, muhabiri hemen bilgilendirmeniz gerekir; böylece, yayın kuruluşu bir düzeltme yayınlar ve muhabir de bu hatayı bir daha yapmaz. Mark Schleifstein'e göre bilim insanları, "düzeltme istemeli ve muhabirin yanıtından tatmin olmazlarsa, hiyerarşide gerekirse en tepeye, gazetenin yayımcısına kadar gitmeliler. Neden olmasın ki? Şirketler bunu hep yapıyorlar."

Şikayette bulunurken her zaman kibar ve profesyonel olun. Schleifstein, "Muhabirlerin, gerçekçi olmayan zaman kısıtları dolayısıyla baskı altında olduklarını, bunun da haberlerinde hatalara neden olabileceğini düşünüp, anlayışlı olun," diyor. Bir başlıktan memnun değilseniz, başlıkları genelde muhabirlerin yazmadıklarını (ve yayına kadar olasılıkla görmediklerini de) anımsayın. Benzer şekilde dergi kapak haberleri ve diğer büyük haberler için de, editör tarafından (haberin metninden önce) yazılmış bir giriş yazısı olabilir. Bunları anlamak, muhabire kuşkularınızı etkin olarak iletmek ve bir çözüm bulmak açısından size yardımcı olabilir.

VI. Bölüm

Muhabirin En Güvenilir Kaynağı: Siz

Bir muhabirin görevi haber bulmak ve onları kamuoyuna yazılı, görsel ya da sözel olarak iletmektir. Haber olma-ya değer olayları her zaman kendileri bulmazlar. Muhabirlerin "kaynakları" olur –işlerini yapabilmeleri için onları bilgilendiren insanlar. Medya ile çalışırken önceliklerinizden birisi, bu kaynaklardan biri olmak olmalıdır.

Bir muhabir için kaynak olmak, onunla işler bir ilişki geliştirmiş olduğunuzu söylemenin başka bir yoludur. Duke Üniversitesi Koruyucu Ekoloji bölüm başkanı Stuart Pimm, bilim insanlarının muhabirlerle uzun vadeli ilişkiler kurmaları durumunda muhabirlerin, "bir haber için size ya da en azından güvenilir başka bir ismi onlara verebileceğinize güveneceklerini" söylüyor.

Gerçekten de, bir kaynak olmanızda hem siz, hem de muhabir için birçok yarar vardır:

1. Muhabirlerin konu hakkındaki bilgisini güncel tutmak.

Bir muhabirle bir iş ilişkisi geliştirerek, önemli bilimsel konular hakkında onun bilgisini güncellemek için açık bir kanal yaratmış olursunuz. Bu, muhabirin ilgisini, onun farkında olmadığı önemli bir araştırmaya çekmek, yanlış anlamış olabileceği bir araştırma ya da politika gelişmesi hakkında ona bir bağlam vermek ya da kendi araştırmanız veya diğer bilim insanlarının çalışmaları hakkında yeni bilgiler sağlamak olabilir. Muhabirlerle süregiden temaslarınız, işlerini iyi yapabilmeleri için gereksinim duydukları tüm olgulara sahip olmalarını sağlamada yararlı olacaktır. Her iki taraf da zaman kısıtları ve iş yükü gibi birbirlerini zorlayan durumlara saygı duymaya devam ettikleri sürece, bu iletişim yolları da olasılıkla açık kalacaktır.

2. Her an danışılmaya hazır bir uzman haline gelmek.

Bir kere bir kaynak olduktan sonra, muhabir sizi uzmanlık alanınıza giren haberler hakkında alıntı yapmak, o konu hakkındaki düşüncelerinizi almak ya da genel bilgi edinmek için arayacaktır. Olguların doğrulanması için de aranabilirsiniz. Michigan Eyalet Üniversitesi, Kuzey Carolina Eyalet Üniversitesi ve Stauffer Kimya Şirketi'nde biyokimya ve moleküler biyoloji alanlarında çalışmış olan Stuart Flashman, bir kaynak olarak, "Bir konu çıktığında, fikrinizi almak için aramayı düşünecekleri insanlardan biri haline geliyorsunuz," diyor.

3. Araştırmalarınızın ya da düşüncelerinizin görünürlüğünü arttırmak.

Kendinizi bir muhabirin yerine koyun. Göreviniz ilginç haberler ve alıntılanabilecek güvenilir uzmanlar aramaksa, tanıdığınız ve güvendiğiniz, sizi sürekli bilgilendiren bir bilim insanına başvurmanız daha olası değil mi? Muhabirlerle teması olmayan bilim insanları durup dururken pek aranmazlar, çünkü muhabirlerin onların söylecek bir şeyleri olduğundan ve bunu iyi bir şekilde söyleyebileceklerinden haberleri yoktur. Muhabirler-

le iyi bir çalışma ilişkisi geliştirmeniz, onlara erişiminizi de arttırır; düşünceleriniz ve görüşleriniz dikkate alınır ve tek başına bu bile, haberlerde yer alma olasılığınızı yükseltir.

4. Haber akışını dengelemek.

Muhabirlerin de, aynen sizin gibi, adres defterleri vardır ve bu adres deferlerinde, haberlerini hazırlarken aradıkları uzmanlar ve kaynakların isim ve telefon numaraları bulunur. Ama bu adres defterlerinin, sizin görüşlerinizi paylaşmayan kişilerin isimleri ile dolu olmadıklarını nereden biliyorsunuz? Ya da, görüşlerinizi paylaşsalar bile, sizin bakış açınız da onlarınki kadar önemli değil mi? Muhabirler ile olan iş ilişkiniz, onların bir haberi nasıl işlediklerini belirlemenizde yardımcı olabilir. Her şey olup bittikten sonra sabah gazetede okumak yerine, haber daha yazılmaya başlanırken orada olacaksınız.

Muhabirler yeni bir araştırma ya da sizi ilgilendirebilecek bir genel politika ilan edildiği zaman sizi arayabilirler. Önerileriniz doğrultusunda muhabir, haberin açısını değiştirebilir ya da haberden tümüyle vazgeçebilir. "İyi bir ilişki kurabildiysem," diyor Flashman, "muhabir, karşıt görüşten biriyle konuştuktan sonra, beni arayıp görüşlerimi sorar. Bir de, karşı tarafın olasılıkla ne söyleceklerini (bildiğiniz kadar) muhabire söylemenin ve böylece yanıtınızı önceden vermenin yararı olduğunu düşünüyorum. Bu, diğer tarafla konuşmadan önce onları belirli bir amaca yönelik sorularla 'önceden donatmaya' yarar."

5. Değerli bilgiyi toplamak.

Her ne kadar bilim insanları muhabirler için birer kaynaksa da, bazen roller değişir. Örneğin, varsayın ki, kusurlu ve kalitesiz yöntemlerle çalıştığı bilinen bir kuruluş yarın sizin araştırmanızın bir kısmını kötüye kullanan bir rapor yayımlayacak. Muhabirin elinde bu raporun bir ön-kopyası varsa, rapor açıklanmadan önce düşüncelerinizi almak için sizi arayabilir. Bu istihbarat, diğer medya kuruluşlarının da yaptığınız araştırmadan haberdar olmalarını sağlayabilir. Ya da, rapor sizi rahatsız ettiy-

se, rapor açıklandığında yanıtlarının hazır olması için diğer meslektaşlarınızın yardımını isteyebilirsiniz.

6. Başka kapıları açmak.

Kendisiyle sağlam bir iş ilişkisi geliştirmiş olduğunuz bir muhabir, başka medya kanallarında yolunuzu bulmanız konusunda da size yardımcı olabilir. Örneğin, Kuzey Carolina'daki Araştırma Üçgeni'inde yaşıyorsanız ve *Raleigh News-Observer* gazetesinde çalışan bir muhabir ile bir ilişkiniz varsa, bu muhabir gazetesindeki bir köşe yazarı ile tanışmanızı sağlayabilir. Ya da, gazeteye görüşlerinizi anlatan bir yazı yazmak istiyorsanız, belki de sizi editörüne önerebilir.

Bir bilim insanı olarak, muhabirler için bir kaynak olma konusunda avantajlısınız. "Bir şeyler keşfeden" ve başkalarının anlamadıklarını anlayan bir insan olarak bir saygınlığınız vardır. Deneyimleriniz ve eğitiminiz, işinizle ilgili konularda sizi hemen uzman bir kişi olarak konumlandıracaktır. Muhabirleri, üniversitenizdeki ya da başka bir yerdeki araştırmalar konusunda bilgilendirebilirsiniz. Uzmanlığınız alanındaki yeni stratejik gelişmeleri yerel, bölgesel ya da ulusal seviyede eleştirebilirsiniz. Hatta, daha genel olarak, bilimsel konuları savunabilirsiniz. Ama bunları yapabilmeniz için, muhabirlerin sizin varlığınızdan haberdar olması ve onlara nasıl yardımcı olabileceğinizi bilmeleri gerekir.

Bir Kaynak Nasıl Olunur

Bu size şaşırtıcı gelebilir ama pek çok muhabir, söyleyecek ilginç bir şeyi olan bilim insanlarının onları aramalarından memnun olur. *New Orleans Times-Picayune* gazetesinden Mark Schleifstein, "Bilim insanlarına, haber değerine sahip veya tartışmalı olduğuna inandıkları bir şey varsa beni aramalarını söylüyorum –hatta, böyle bir şey olmasa bile."

Stuart Flashman ise şöyle diyor: "En iyi tekniğin, muhabir ile temasa geçip, konuyu açıkça anlatabilmek için yeterli zamanı harcayıp (şahsen veya telefonda), istediği kadar soru sorması-

na fırsat tanıyıp, sonra da size geri dönebilmesi için kapıyı ardına kadar açık bırakmak olduğunu anladım."

Bir muhabirin ne tür haberlerle ilgilendiğini anladıktan sonra, onun haber arama ekibinin bir parçası olabilirsiniz. Muhabirler uzmanlar ve kaynaklarıyla her zaman bir araya gelirler, onun için olağan dışı bir şey yapıyor olmayacaksınız. *New York Times* gazetesinde bilim muhabiri olan Andrew Revkin, "Bilim insanları ve muhabirler günlük haber baskısının dışında ne kadar fazla konuşabilirlerse, halk da –medya yoluyla– bilimin, kıt kaynakların kullanımı veya kişisel davranışların değiştirilmesi gibi zor sorular üzerindeki tartışmalar konusunda neler yapıp yapamayacağını o kadar anlar," diyor.[1]

Muhabirlerle kurulan ilişkiler, herhangi bir ilişki gibidir –karşılıklı saygı ve anlayışa, ortak çıkarlara ve güvene dayalıdırlar. Ve zaman içinde olgunlaşırlar. Her ne kadar bazı muhabirler ve bilim insanları dost da olsalar, bir muhabir ile bir ilişki geliştirmek, genelde yeni bir dost kazanma meselesi değildir. Bir savaş hattının iki tarafındaki kişiler arasında bir ateşkes de değildir. Diğer birimlerde ya da kuruluşlardaki meslektaşlarınızla olduğu gibi dostane, profesyonel bir ilişki kurmak için çaba göstermelisiniz. Ama unutmayın ki, ilişkiniz ne kadar dostça olursa olsun, aksini belirtmediğiniz sürece söylediğiniz her şey yazılı veya görsel olarak karşınıza çıkabilir. (Kayıt içi ve dışı konuşma hakkında daha fazla bilgi için V. Bölüm'e bakın.)

İşin aslı şu ki, çoğu bilim insanı asla muhabirlerle kendiliğinden temasa geçmeyi düşünmez; geçtikleri zaman da, bu sadece açıklanacak araştırma sonuçları olduğu içindir ve o zaman bile bu, çoğunlukla bir basın bülteni ya da üniversitenin basınla ilişkiler bölümündeki bir görevli vasıtasıyla olur. Bu, bilim insanlarının basınla ilgili olarak yaptıkları en büyük hatalardan biridir. "Bilim insanları beni çok seyrek ararlar," diyor *Baltimore Sun* gazetesinde bilim muhabiri olan David Kohn. En azından bir muhabirle bir iş ilişkisi geliştirmeyi ve sürdürmeyi, profesyonel yaşamınızın bir parçası haline getirmeniz gerekir. "Harika bir haber olacak bir fikriniz varsa, beni arayın," diyor Kohn. "Biz

de insanız. Haber duyurmak için para alan ve konuyu belki de hiç anlamamış halkla ilişkiler çalışanları tarafından aranmak çok daha sinir bozucu. Onun yerine, araştırmaları hakkında heyecan duyan bir bilim insanı tarafından aranmayı yeğlerim."

Oregon eyaletinde emekli yaban yaşamı biyoloğu Warren Aney, bir kaynak olmanın önemini vurguluyor. "Yerel basınla proaktif olmayı denedik –haber değeri taşıdığına inandığımız bir şey olduğunda onları aradık. Sonuçta, genellikle bu olayların olumlu ve yapıcı bir biçimde haberleştirildiğini gördük. Hatta yazılı medya eleştirel bir yazı veya mektubu yayımlamadan önce, olguların doğruluğundan emin olmak için bizi arıyorlardı –önemli olgusal yanlışlar gösterebilirsek yazıyı basmaktan vazgeçtikleri bile oluyordu."

Bir Muhabiri Hedef Alın, "Medyayı" Değil

ABD'de 2370 günlük ve Pazar gazetesi, 1748 televizyon kanalı, 13.525 radyo istasyonu ve binlerce uzmanlık dergisi ve bağımsız web sitesi vardır.[2] Hiçbir bilim insanının, bu medya kuruluşlarının çok küçük bir bölümüne dahi erişmeye zamanı olmaz. Olsa bile, bu kuruluşların çoğu onun söyledikleriyle ilgilenmezler, çünkü farklı hedef kitleleri ve dolayısıyla, farklı haber gereksinimleri vardır. Onun için medyayı kocaman, belirli bir biçimi olmayan bir sanayi olarak değil, işlerini en iyi şekilde yapmaya çalışan bireyler olarak düşünmelisiniz. Konuyu böyle indirgerseniz, yaptıklarınızla ilgilenebilecek muhabirleri belirleyebilirsiniz.

Basını en kolay yerel seviyede etkileyebilirsiniz, özellikle de daha önce hiç gazetecilerle çalışmamışsanız. "Yerel gazetemizin çevre muhabiri hevesli, zeki ve yeni düşüncelere açık biri," diyor Millbrook, New Jersey'deki Ekosistem Araştırmaları Enstitüsü'nde tatlı su ekolojisi uzmanı olan David Strayer. "[Muhabir] genelde bilgi için bize başvurur (ona ne tür bilgi sağlayabileceğimiz hakkında da oldukça iyi bir fikri vardır) ve haber önerilerimizi dikkate alır. Sonuç olarak, araştırmalarımız sık sık ve doğru olarak gazetede yer alır."

New York Times gibi birkaç ulusal medya kuruluşu dışında, muhabirler mümkün olursa yerel uzmanlardan alıntı yapmayı isterler. "Kendimi ulusal bir muhabir olarak görüyorum," diyor David Kohn. "Ama patronlarım bizlerin yerel üniversitelerle ilgilenmemizi istiyorlar." Bunun nedenleri oldukça basit. Birincisi, yerel koşulları en iyi yerel bilim insanları bilirler. İkincisi, yerel bir medya kuruluşu, otomatik olarak izleyicilerinin yerel görüşlerle daha fazla ilgileneceklerini varsayar. Örneğin, Washington Üniversitesi'nde ders veriyorsanız, *Seattle Times* gazetesinde çalışan bir muhabirin yaptıklarınızla ilgileme olasılığı, Florida'da çıkan *St. Petersburg Times* gazetesinde çalışan bir muhabirinkinden çok daha fazladır. Benzer şekilde, Texas Üniversitesi'ndeki bir profesörün *Austin American-Statesmen*'deki bir muhabire kaynak olma şansı, Providence, Rhode Island'daki bir televizyon yapımcısına kaynak olma şansından daha yüksektir.

Yerel radyo ya da televizyon kanalları arasında belirgin bir tercihiniz yoksa, işe yerel gazetenizdeki bir muhabirle temasa geçerek başlayın. Konularınıza bir gazetede yer bulma şansınız daha fazla olduğu gibi, genellikle radyo ve televizyonda yer alan haberler önce gazetelerde çıkar. Bilimsel konular tümüyle göz ardı ediliyor ya da yalnızca Associated Press gibi ulusal haber ajansları vasıtasıyla gündeme geliyorsa, o zaman benzer bir konuyu ele almış olsun bir muhabir arayın (örneğin, üniversitenizdeki diğer gelişmeleri haber yapan bir muhabir ya da geçen ay yerel bir çevre sorunu veya sağlıkla ilgili bir konu üzerine haber yapmış bir muhabir olabilir).

Haberleri İzleyin

Çok bilindik gelebilir ama, medyada görünmek için, onu izlemeniz gerekir. Yerel gazeteleri okumuyor, yerel radyo istasyonlarını dinlemiyor ya da yerel televizyon haberlerini izlemiyorsanız, bunları yapmaya başlayın. Zaten dolu olan yaşantınıza bir saatlik daha iş yüklemek niyetinde değiliz. Sadece, yerel gazetenize her gün birkaç dakika göz atın, ayda birkaç kez de televiz-

yon haberlerini izleyin. Tabii bu, bugünlerde birçok Amerikalının haberlere ulaşma noktası olan söyleşi radyoları için de geçerli. Haberlerin (ya da, haber yaratma sürecinin) bir parçası olmayı amaçladığınıza göre, şimdiye kadar göz ardı etmiş olabileceğiniz ayrıntılara dikkat edin. Muhabirler kim? Televizyonda kimler konuşuyor? Muhabirin haberdeki bakış açısı ne?

Uzmanlık alanlarınıza en yakın konuları ele alan muhabirleri izleyin. Örneğin, *Newark Star-Ledger* gazetesinin bir bilim yazarı, *Omaha World-Herald* gazetesinin ise hem bilimsel ve hem de çevre ile ilgili konularla ilgilenen bir yazarı var. Daha küçük gazetelerde, her gün farklı bir konuyu ele alan bir genel haber ekibi olabilir. Tabii ki, bazı durumlarda, yerel medya kuruluşları bilimsel konuları tümüyle göz ardı ediyor olabilirler; ki bu da, bir gazete ya da radyo/televizyon kanalında bir muhabirle tanışmak için yerinde bir nedendir.

Bir Toplantı Ayarlayın

Muhabirlerle ilk ilişkilerinizin tek amacı, ilerideki işbirliğiniz için gerekli temelleri atmaktır. İlk temasınızın hedefi, tahmin edilebileceği gibi kendinizi tanıtıp, bir buluşma istemektir. Bu ilk konuşmada uzmanlık alanlarınızı açıklamalı, sonra da yaptıklarınızdan söz etmek ve muhabirin görev alanları hakkında konuşmak için başka bir zaman ayarlamalısınız. Birçok gazetenin, haber merkezinin telefonlarını bulabileceğiniz bir web sayfası vardır. Yoksa, gazetenin kendine ya da telefon rehberine bakabilir ve santral numarasını arayabilirsiniz. *Boston Globe* gazetesinde bir bilim yazarı olan Gareth Cook, "Genelde, bir muhabire erişmenin en iyi zamanı, henüz zaman kısıtı baskısını hissetmeye başlamadıkları sabah vakitleridir," diyor. O zaman bile, aradığınız muhabirin bir haber araştırmasının ortasında olup olmadığını bilemezsiniz. Telefonunuzu santraldeki kişi yanıtlarsa, doğrudan muhabire bağlanmayı isteyin. Bir telesekretere bağlanırsanız, şöyle bir mesaj bırakabilirsiniz:

"Merhaba, ben Case Western'dan Dr. Sarah Littlefield. *Cleveland Plain Dealer* gazetesi için bilim haberlerini hazırladığını-

zı fark ettim ve sizinle tanışmanın yararlı olacağını düşündüm. Erie Gölü'ndeki balık nüfusuyla ilgili araştırma yapmaktayım ve sizi bu konuda bilgilendirmek istedim. Konuşmak ya da buluşmak için bir zaman ayarlamak isterim. Aynı zamanda, sizin ilginizi çeken haber türlerini de öğrenmek isterim. Telefonum ..." Böyle bir mesaj muhabire, paylaşacak yararlı bir bilginiz ve ona nasıl yardımcı olabileceğiniz konusunda samimi bir isteğiniz olduğunu gösterir.

Telefona muhabirin kendisi çıkarsa, senaryo temelde aynıdır, ancak başlamadan önce, bir işin ortasında ya da sıkışık bir zamanda olup olmadığını sormalısınız. Bu durumda, şöyle başlayabilirsiniz: "Merhaba, ben Case Western'dan Dr. Sarah Littlefield. Bir dakikanız var mı?" Muhabirin zamanı varsa, yukarıdaki gibi devam edebilir ve ayrıntılı konuşmak için bir zaman ayarlayabilirsiniz. Meşgulse, tekrar aramak için uygun bir zamanını sorun.

Elektronik posta, bir telefon görüşmesi kadar şahsi bir karşılaşma olmadığından, bir ilişki geliştirmek için o kadar uygun değildir. Ama yine de, bu şekilde kendinizi daha rahat hissedecekseniz, hiç temas kurmamaktan daha iyidir. Bazı gazeteler haberin sonunda onu yazan muhabirin e-posta adresini yazsa da, çoğu bunu yapmaz; onun için, gazetenin santralini arayıp ya santrale ya da haber bölümünden birine muhabirin e-posta adresini sormanız gerekir. Genelde, insanlar bu tür bilgileri telefonda memnuniyetle verirler. Vermezlerse, o zaman muhabirin sesli postasına aktarılmayı isteyin. İlk bağlantıyı e-posta ile yapmanın yararı, muhabirin onu rahat bir zamanında okuyabileceği, böylece onu bir haber araştırması yaparken ya da yazarken yakalamadığınızdan emin olabilmenizdir. Kötü tarafı ise, muhabirin e-posta kutusunun mesajlarla dolu olabileceği ve sizinkinin arada gözden kaçabileceğidir.

Yüz Yüze bir Görüşme Ayarlayın

Yüz yüze gelmek, bir muhabiri tanımak için en iyi yoldur. Büro dışındayken, acele etmesini gerektirecek bir neden muhteme-

len yoktur. Ortam daha rahat olacağından, uzun ve daha ilginç bir konuşmaya fırsat verebilir. Her ikiniz de yüz yüze tanışmış olur ve belki de birbiriniz hakkında işleriniz dışındaki konularda da bilgi edinme fırsatını bulabilirsiniz.

Öğle yemeği, bir muhabirle buluşmak için en uygun zamanlardan biridir, çünkü bir gazete muhabirinin günlük iş akışıyla iyi uyuşur. Kahvaltı toplantıları da diğer bir seçenektir ama, bazı muhabirler için bir kahvaltı toplantısı çok uygun olmayabilir – özellikle de bir önceki gece geç saatlere kadar çalışmışlarsa. Öğleden sonrası haber yetiştirme saatleri ise genellikle akşam yemeğini olanaksız kılar. Yapabiliyorsanız, onlarla iş yerlerine yakın bir yerde buluşmaya çalışın. Randevuya gelirken ne kadar az zaman harcarlarsa, size de o kadar fazla zaman ayırabilirler.

Bir muhabirle öğle yemeği için buluşursanız, öneri sizden gelmiş olduğuna göre hesabı ödemeyi teklif edin. Kabul edebilir, ama olasılıkla ödemekte ya da en azından paylaşmakta ısrar edecektir. Bazı muhabirler uygun davranış ve etik standartlarını gözetirler. Her ne kadar, yemek bedeli fazla bir şey olmasa da, size para karşılığı bir ayrıcalık tanıdıkları görünümünü yaratmak istemezler. Hesabı ödemeyi önerirse, ısrarcı olmayın; teşekkür edin, yeter.

Bir muhabirle öğle yemeği için buluşmaktan rahatsız oluyorsanız (ki, bunun için bir neden yok, çünkü muhabirler her zaman kaynaklarıyla yemekte buluşurlar hatta, bunu masalarından uzaklaşmak için bir bahane olarak görürler) bir başka seçenek onu kendi büronuza davet etmektir. Bu, bir miktar "gösteriş" yapmak istiyorsanız, özellikle yararlı olacaktır. Laboratuvarınızda, çalışmanızı ortaya çıkartan ya da onu daha anlaşılabilir kılan bir şey var mı? Bölümünüzde, muhabirle tanışmalarını istediğiniz diğer bilim insanları var mı?

Mesajınızı daha iyi iletmenizde ve sözcüklerinizi görüntülerle desteklemenizde size yardımcı olacak diğer yer seçeneklerini de düşünün. Western Washington Üniversitesi'nde mantar bilimi ve liken bilimi uzmanı ve Bellingham, Washington'da bir bi-

yolojik danışmanlık şirketi sahibi Fred Rhoades, dağ yürüyüşleri sırasında uzmanlığını yerel bir gazetedeki bir çevre ve eğlence etkinliği muhabiri ile paylaşıyor. Bu muhabirin, gazetede o bölgede yetişen organizmalarla ilgili sürekli yazdığı "Yabani Şeyler" adında bir köşesi var. "Onun, gazetenin okurlarına çok gerçekçi bir eğitim hizmeti verdiğini düşünüyorum," diyor Rhoades. "Hayattaki amaçlarımdan bir tanesi insanların bu 'küçük organizmalar' hakkındaki bilgilerini arttırmak olduğu için de, bu gazetecinin projelerini tüm kalbimle destekliyorum." Bir ilişkiyi başlatmak için rastlantısal karşılaşmalar da iyi bir fırsattır. Michigan Üniversitesi'nde deneysel yoğun madde fiziği uzmanı olan Michael Bretz, büyük bir konferansta rastladığı *Science* dergisi yazarlarından biriyle bir iş ilişkisi geliştirdiğini söylüyor. "Birbirimizi orada yakından tanıdık, onun için sonraki telefon görüşmeleri uyumlu ve üretken oldu."

Çoğu muhabir, yukarıdaki davetlerinizden herhangi birini kabul eder –bu tür buluşmalar mesleklerinin bir parçasıdır. Reddeden bir muhabirin, büyük olasılıkla yetiştirmesi gereken önemli bir haberi vardır ve genellikle sizinle başka bir zaman buluşmayı kabul eder. Ancak, bir muhabirin sizinle kendi iş yerinde buluşmayı istemesi de olasıdır. Sizin için sorun değilse, kabul edin. Toplantınız olasılıkla, başka bir buluşma yerindekine göre daha aceleye gelecektir ama, muhabirle bir ilişki başlatınanız için bu en iyi şansınız olabilir. Aynı zamanda size, onun iş ortamını görmek için de bir fırsat sağlar. (Hatta, gazete binasında kısa bir gezi bile isteyebilirsiniz.)

Günlük programlarınız ya da bulunduğunuz yerler arasındaki uzaklık yüz yüze bir görüşmeye izin vermiyorsa, o zaman mutlaka telefonla daha uzun bir görüşme yapmak için bir zaman ayarlayın. Telefon görüşmesinin sakıncası, muhabirin hâlâ masasında olduğu ve başka telefonlar, e-postalar, haber merkezindeki gürültü ve hatta ekranında belirecek olan bir haberle dikkatinin dağılabilmesidir. Dolayısıyla, görüşme biraz baştan savma olabilir. Yine de, muhabirle hiç temasa geçmemiş olmaktan iyidir.

Mesajlarınızı Önceden Hazırlayın

İlk toplantı ayarlandıktan sonra, aynen bir söyleşiye hazırlanır gibi hazırlanın (söyleşi teknikleri hakkında daha fazla bilgi için V. Bölüm'e bakın). Ana mesajlarınız üzerinde önceden düşünün. Bunlar, toplantı bittiği zaman muhabirin yaptıklarınız hakkında hatırlamasını istediğiniz ayrıntılardır. Yalnızca üç ya da dört ana nokta üzerinde odaklanın –her şeyden söz etmeniz gerekmez. Unutmayın, buradaki amaç uzun vadeli bir ilişki başlatmaktır; öteki konular için ileride zamanınız olacak. Amacınız muhabire, yaptıklarınızın ilginç ve önemli olduğunu ya da strateji konusundaki düşüncelerinizin dikkate değer olduğunu ve mükemmel bir kaynak olacağınızı göstermek.

Toplantı sırasında rahat ama profesyonel olun. Karşınızdaki not tutmasa bile (bir noktayı anımsayıp, sonradan bu konuda size soru sorabilir), söyleyeceğiniz her şeyin kayıt altında olacağını unutmayın. İşte size, bir muhabirle ilk görüşmenizde dikkat etmeniz gereken noktalarla ilgili birkaç ipucu:

1. İnisiyatifi ele alın.

Tanışma faslı bittikten sonra, hemen konuya girip bu toplantıyı neden istediğinizi anlatın. Şöyle bir cümle ile başlayabilirsiniz: "Size, üzerinde çalışmakta olduğumuz bazı ilginç projelerden söz etmek, ama aynı zamanda da sizin ve editörlerinizin ne tür haberlerle ilgilendiğinizi öğrenmek istiyorum." Sonra da, konuşmaya başlayın. Unutmayın, bu toplantıyı isteyen sizsiniz; onun için de inisiyatifi ele almaktan rahatsız olmayın.

2. Lafı uzatmayın.

İnisiyatifi ele almak size, konuşmayı tekelinize alma hakkını da vermez. İşinizi seviyorsanız ve bu konuda heyecan duyuyorsanız, lafı biraz uzatmak eğiliminde olabilirsiniz. Ancak bu geri tepebilir, çünkü mesajlarınız sulanabilir hatta göz ardı edilebilir. Karşınızdakine de konuşma fırsatı tanıdığınızdan emin olun.

3. Gazeteciye sorular sorun.

Birçok muhabir, biraz dürtülmeden kendi görevleri hakkında pek konuşmazlar. Ama aynen sizin gibi, muhabirlerin çoğu işini sever; onun için, konuşmaya başlatabilirseniz yaptıkları iş, yazıları, editörleri vb. hakkında ilginç olguları sizinle paylaşabilirler. Bu bilgi sizin için önemlidir, çünkü araştırınanızı ve düşüncelerinizi yararlı olacak bir biçimde nasıl sunabileceğiniz hakkında yardımcı olabilir. Görüşme sırasında muhabire sormak isteyeceğiniz sorulardan bazıları şunlar olabilir: Uğraşı alanınız neleri kapsıyor? Son zamanlarda yazdığınız haberlerden en hoşunuza gidenler hangileriydi? Bir haberi hangi açıdan değerlendiriyorsunuz? Okur kitlenizin yapısı nedir?

4. Ona yardımcı olabileceğinizi anlasın.

Ana konuşma noktalarınız, muhabire işinizle ve uzmanlık alanlarınızla ilgili bir fikir vermeli. Ama, eğer uygunsa, ilgili başka konularda bilim camiasında tanıdıklarınız olduğunu ya da bilim politikasını ulusal ve yerel seviyede izlediğinizi de belirtin. Bir konuyu anlamak ya da bir alıntı yapmak için bir uzmana gereksinim duyduğunda siz yardımcı olabilirsiniz.

5. Sade bir biçimde konuşmayı unutmayın.

Daha önceki bölümlerde de vurguladığımız gibi, mesajlarınızı muhabirin (ve onun izleyicilerinin) anlayabileceği bir dilde iletmeniz önemlidir. Yine, mesajlarınızı aşırı basitleştirmenizi ya da küçümseyici bir tavır takınınanızı önermiyoruz; yalnızca açık ve kısa konuşun. Zaten sizin zeki biri olduğunuzu bildiğinden, onu bir de gizemli bilimsel bilgi ve deyimlerle etkilemeye çalışmanıza gerek yok. Sizi anlamazsa ya da dilinizin halk için fazla teknik olduğu kanısına varırsa, kendi kuyunuzu kazmış olursunuz. Bu genel kuralın bir istisnası, konu hakkında ileri derecede eğitim almış ya da sizin alanınızda bir uzmanlık edinmiş olan bir muhabirle konuşuyor olmanızdır. Vereceğiniz bilgileri sunmadan önce, ne kadar ayrıntıya girmenizi istediğini sorun.

Bilgi ve Haber

Bir muhabirle konuşurken, bilgi ve haber arasında çok büyük bir fark olduğunu aklınızdan çıkartmayın. Bilgi, bir habere zemin hazırlayan ya da aradaki boşlukları dolduran geçmiş bilgi ve bağlamdır. Diğer tarafta ise haber, bir haber kuruluşunun izleyici kitlesinin önemli bir kısmı için uygun ve ilginç olan yeni bilgidir. Medya kuruluşlarının genelde vermek istedikleri haberdir.

İster ilk, isterse izleyen bir görüşme için olsun, bir muhabirle temasa geçmeden önce, ona vereceğinizin bilgi mi, yoksa haber mi olduğunu belirleyin. Haberse, bunu doğru bir zamanlama ile ve önemli olduğunu belirtecek bir biçimde iletmeniz gerekir. Muhabire, paylaşacak bir haberiniz olduğunu söylemekle, o anda yapmakta olduğu işi de bırakmasını istemiş oluyorsunuz. Diğer taraftan, paylaşmak istediğiniz çalışmalarınızla ilgili geçmiş bir bilgi ya da genel bir bilgiyse, bu bilginin bir haber değeri olmadığını ve dolayısıyla acil olmadığını açıkça belirtmeniz gerekir.

Haber Olan Nedir?

Söyleyeceğinizin, özellikle de o anda medyanın ilgisini çeken bir konu değilse, haber değerine sahip olduğunu nereden bileceksiniz? Yerel medya kuruluşlarını izlemek size bu konuda yardımcı olacaktır (bu arada, bir medya kuruluşu için haber değerine sahip bir bilginin, başka bir medya kuruluşu için değersiz olabileceğini de aklınızdan çıkarmayın). Elinizdeki bilginin haber değeri olup olmadığına ya da bu bilgiyi bir haber haline getirip getiremeyeceğinize karar verebilmek için, kendinize şu soruları sormalısınız:

1. Şu anda mı gerçekleşiyor?

Yanıt olumluysa, o zaman haber "acil haber" olarak değerlendirilebilir. (Aynı zamanda, aşağıdaki sorulardan birden fazlasına da olumlu yanıt verebilmelisiniz.) Acil haber, haberin son derece acil veya zamanlamasının önemli olduğu anlamına gelir. Bir

flaş haberin farkındaysanız, ilişki içinde olduğunuz muhabiri hemen aramanız gerekir. Associated Press'in bir acil haberinin girişi şöyleydi:

"Genelde, bu mevsimde on binlerce somon balığı Columbia Nehri'nden yukarı balık merdivenlerinden çıkıp, üreme yerlerine gidiyor olurlardı. Ama bu yıl değil.
'Bu, şimdiye kadar hiç görülmemiş bir düşüş,' diyor Columbia Nehri Kabileler Arası Balık Komisyonu'ndan Charles Hudson. '1994-1995 arasındaki düşüş yıllarına göre bile, çok gerideyiz.' "[3]

2. Yeni bir buluş mu?

Muhabirler, yeni araştırmalar ve yeni buluşlarla ilgili haber yapmayı severler. *Christian Science Monitor*'dan Peter Spotts, "bir bilim alanında kayda değer ilerlemelere neden olacak ya da 'bilinen' bir araştırma problemine yeni ve ilginç bir bakış açısı getiren çalışmalar" içeren "araştırma-sonuç haberleri" peşinde. *Science*, *Nature* ve daha onlarca bilimsel dergi, üniversiteler ve diğer kuruluşlar gibi, bu tür çok sayıda habere kaynak oluşturuyorlar. *San Francisco Chronicle* gazetesinde çıkan bu yazının girişi iyi bir örnek:

"Dünyadaki yaşam şaşırtıcı ve gizemli bir düzen içinde, 62 milyon yılda bir meydana gelen toplu yokolmalarla silinip, yeniden serpilmiştir, diyor bu modeli 500 milyon yıl öncesine giden fosiller üzerinde uzun süren bir bilgisayar araştırması sonunda ortaya çıkartan Kaliforniya Üniversitesi, Berkeley'den iki bilim insanı."[4]

Unutmayın ki, bu makale *yalnızca* yeni bir buluş olduğu için değil, aynı zamanda şaşırtıcı da olduğu için yazılmıştı.

3. İnsanların yaşamlarını etkiliyor mu?

Araştırmanız, sokaktaki insan için ne ifade ediyor? Onların

yaşam kaliteleri üzerinde bir etkisi olacak mı? Yerel ticaret hayatı üzerinde bir etkisi olacak mı? Muhabirler genelde, insanların yaşamlarında etki yaratan haberler ararlar; çocukları ilgilendiren konular özellikle ilgi doğurur. Örneğin, işte Kaliforniya'da *Contra Costa Times* gazetesinde çıkan ve çocuk sağlığı ile ilgili bir haberin giriş paragrafı:

"Çocuklarda görülen solunum rahatsızlıklarını trafikten doğan kirliliğe bağlayan ve ülkede ilk defa gerçekleştirilen araştırma, trafiği yoğun olan yollara ve otoyollara yakın okullara giden çocuklarda astım ve bronşit vakalarının, diğer çocuklara göre % 7 daha fazla olduğunu ortaya koydu."[5]

Ve bu da, *Washington Post*'dan:

"Hiç, ne kadar yavaş atarsanız atın, çocukların bir tenis topuna neden vuramadıklarını merak ettiniz mi?
Bunu anlaması çok kolay, diyor görme uzmanı Terri Lewis. 'Çocuklar yavaş hızları ölçemezler. Topun hareket ettiğini bile anlayamazlar.' Çözüm: 'Topu biraz daha hızlı atın. Sonuç çok daha iyi olacak.' "[6]

4. İnsanların önem verdikleri yerleri etkiliyor mu?

Her ne kadar insanları ya da kamu politikasını doğrudan ilgilendiren bir haberin, daha fazla haber değeri taşıyor olarak değerlendirilmesi olası ise de, insanların önem verdikleri ya da ilginç buldukları yerler ve doğal olaylar –okyanuslar, yaban yaşamı, galaksimiz– ile ilgili bilim haberleri de vardır. Florida'daki *Bradenton Herald* gazetesinde çıkan bir haberin başlangıcı bunun bir kanıtı:

"Hükümet daha etkin koruma önlemleri almazsa, Güney Florida'nın mercan resifleri giderek azalacak ve sonunda 'bir taş, yosun ve balçık' yığını haline gelecek."[7]

5. Ortada bir çelişki var mı?

Muhabirler, tartışmalı ya da kabul edilmiş bilgilere ters düşen haberlere bayılırlar. Bazı muhabirlerin, küresel ısınma sorununa daha hâlâ, sanki iklimbilimcilerin büyük çoğunluğu bu sorun hakkında fikir birliğinde değillermiş gibi yaklaşımalarının nedeni de budur. Tek bir bilim insanının bu fikir birliğine karşı çıkması, olaya haber değeri katmak için yeter. Ama görüş ayrılığının yalnızca bilim insanları arasında olması gerekmez. Belki sizin de araştırmanız, toprak sahipleri ile çevrecilerin üzerinde uzlaşamadığı tehlike altındaki bir canlı türü hakkındadır. Ya da belki bir topluluk, önerilen yeni bir politika nedeniyle belediye ile ters düşmüştür. İşte, Jacksonville, Kuzey Carolina'daki *Daily News* gazetesinden bir örnek:

"Bazı çevre eylemcileri ve balık çiftlikleri denetçileri, artık doğu istiridyesini de tehlike altındaki bir tür olarak kabul etme zamanının geldiğini iddia eden bir talebe katılmıyorlar. Kuzey Carolina Sahil Federasyonu müdürü Todd Miller, her ne kadar bu girişim dikkatleri türün içinde olduğu kötü duruma çekmek için iyi bir yol olsa da, istiridyenin büyük olasılıkla gerekli koşullara uymadığını söylüyor. "Henüz daha o safhada olduğumuzu düşünmüyorum –özellikle de Kuzey Carolina'da," diyor Miller.[8]

6. Olağan dışı mı?

Muhabirler alışılmışın dışına çıkan haberleri çok severler. Bu haberlerin yaklaşımları ilginç, komik ve hatta şaşırtıcı olabilir. Atalarımız hakkında *Seattle Times* gazetesinde çıkan şu habere bakın:

"Neandertal insanın beli kalınlaşmaya devam ediyor. New York'taki Amerikan Doğa Tarihi Müzesi'nde baş teknisyen olan antropolog Gary Sawyer ve Washington Üniversitesi'nde antropoloji doktora öğrencisi olan eski heykeltıraş Blaine Maley'e göre, bilim insanlarının 30.000

yıl önce soylarının tükendiğine inandıkları bir tür olan bu eski akrabalarımızın bellerinin yanında, çağdaş insanınki incecik kalıyor."[9]

7. Haber niteliği olan başka bir şeyle ilgisi var mı?

"Bunun hakkında şimdi neden yazayım ki?" Bu, muhabirlerin, bilimsel bir konuda bir haber yapma talebiyle karşılaştıkları zaman sordukları sıkça rastlanan bir sorudur. Bunun sizi yolunuzdan alıkoymasına izin vermeyin. Onlar yalnızca sizin "bilginizi" bir "haber askısına" asıp, okurları ile bağıntılı bir hale getirmeye çalışıyorlar. Örneğin, bir yıl önce bir rapor yayımladıysanız, muhabir bunun yeterince yeni olmadığını düşünebilir. Ama şehir belediye meclisi sizin çalışmalarınızla da ilintili yeni bir düzenleme yapmayı düşünüyorsa, o zaman sizden alacağı bilgileri haberinin bir parçası yapabilir. Ya da, dünyanın bir tarafında oluşan bir afet, ona benzer bir olayın burada da olma olasılığı üzerine bir haber yapma fırsatı verebilir. *Chicago Tribune*'de çıkan haberin ilk paragrafı bunun iyi bir örneği:

"Bazı bilim insanlarının uyarısına göre, ABD'nin, Atlantik Okyanus'unda oluşacak dev bir dalgayı algılayacak herhangi bir erken uyarı sistemi ya da ekipmanı olmayan doğu sahili, 26 Aralık'ta Güneydoğu Asya'yı perişan eden tsunami gibi bir afete karşı son derece korunmasız bir durumda."[10]

8. Önemli bir kişi veya olayla bağıntılı mı?

Ünlü kişiler ve yerler her zaman haberdir. Michael Jackson ya da Jennifer Lopez'le ilgili bir dergi kapağı görmeden bir marketten çıkınanızın olanaksız oluşunun nedeni de budur. Evet, ortalıkta çok fazla ünlü bilim insanı olmadığı doğru (en azından popüler kültür içinde), ama belki de sizin çalışınanız yerel bir ilgi odağı (belli başlı bir araştırma laboratuvarı) ya da ulusal bir ilgi odağı (Yellowstone Milli Parkı) ile ilintili olabilir. İşte Colorado nehri hakkında *San Diego Union-Tribune* gazetesinde çıkan bir haberden bir parça:

"Devlet kuruluşları ile su ve elektrik şirketlerinden oluşan bir grup, 50 yıl süreli ve 626 milyon dolarlık bir doğa koruma planını, 4 Nisan'da Nevada'daki Hoover Barajı'nda bir törenle açıklamayı tasarlıyorlar. Planın ana hedeflerinden birisi, Colorado Nehri'nin aşağı kısımlarındaki domuzların ve 25 ayrı canlı türünün yaşam şanslarını arttırmak.[11]

9. Bir yıldönümünü anımsatıyor mu?

Haberleri yıldönümleri ile ilişkilendirmek, muhabirler için oldukça olağan bir şeydir (özellikle de 5'in katları olan yıllarda). Haberlerde bu tür bağlantıları aramaya kalkarsanız, oldukça sık yer aldıklarını göreceksiniz. Örneğin, daha verimli bir elektrik motoru geliştirdiyseniz, bunu açıklamak için en iyi zaman Edison'un 160. doğum günü olan 11 Şubat 2007 olabilir. Ve işte, St. Helens Yanardağı'nın patlamasının 25. yıldönümündeki pek çok haberden biri:

"St. Helens Yanardağı'nın 25 yıl önceki patlaması, kül bulutundan dolayı bir şey göremeyenler dışında, birçok insan için bu yüzyılın mutlaka görülmesi gereken olayı idi.

'1980 yılında ben 13 yaşındaydım ve olayı Massashusetts'te iken seyrettim,' diyor Vancouver'lı jeolog Seth Moran. 'Gözlerimi televizyon ekranından alamamıştım.'

St. Helens Yanardağı, daha hâlâ kalabalık izleyicileri ve kameraları üzerine çekebildiğini yakın zamanda bizlere yeniden gösterdi.

Ama yanardağ gözlemciliği, artık görünmeyenin de araştırılmasını içeriyor. Moran ve ABD Jeolojik Araştırmalar Dairesi'nden diğer bilim insanları, St. Helens 18 Mayıs 1980'de tarihe geçtiğinden bu yana geliştirilen yeni gereçlerle volkanik hareketleri uzaktan gözlemleyebiliyorlar."[12]

10. İnsanların duygularına hitap edecek mi?

Hiç, kıyıya vurmuş bir balinanın neden baş haberler arasında yer aldığını düşündünüz mü? Tabii ki, ulusal bir önem taşıdığından değil. Televizyon yapımcıları, haberleri izleyen seyircilerin balina için üzüleceğini bilirler. İnsanların yüreklerine işleyen bir olay yaratmanızı önermiyoruz. Ama anlatacak komik, üzücü, dokunaklı ve hatta şok edici bir öykünüz varsa, muhabir olasılıkla bunun haber değerini yüksek olarak değerlendirecektir. Hele, haber konunuzun bir de adı varsa, daha da iyi –*Boston Globe* gazetesinde çıkan biraz fazla ayrıntılı bir haberin aşağıdaki ilk paragrafında da görüleceği gibi:

"Bilim insanları, hafta sonunda Newcomb Hollow sahilinde ölüsü karaya vuran Beacon adındaki balinanın ölüm nedenini belki de hiçbir zaman anlayamayacaklar. Çünkü, Cape Cod araştırmacıları memeli hayvanın iç organlarının ileri derecede bozulmuş olduğunu gördüler."[13]

Daha Az Daha Çoktur

Muhabirle ilk buluşmalarınız için olduğu kadar genelde de, bir şeyin haber değeri olduğunu iddia ederken ihtiyatlı davranmak daha iyidir. İlk buluşmanızdan sonra, söylediklerinizin "haber" değerinden kuşkuluysanız, muhabiri yine de arayabilir ya da e-posta gönderebilirsiniz. Aslında, medya ile olan işlerinizin önemli bir kısmı da, muhabirlere bilgi sağlamaktır. Onlarla ilişkinizin devamını sağlayan da budur. Kafanızda en ufak bir soru işareti varsa, yüksek sesle "büyük bir haberiniz olduğunu" söylemeyin. Onun yerine, yapabileceğinizin en iyisini yapın, yukarıdaki ölçütleri vurgulayın ve kararı muhabire bırakın. Sonra, gazetecilerle yapacağınız konuşmalarda, ana mesajlarınıza ve alt mesajlarınıza odaklanın.

Bir Sonraki Seviyeye Çıkmak

Sanıyoruz ki, muhabirlerle olan görüşmelerinizi oldukça aydınlatıcı ve belki de eğlenceli bulacaksınız. Kendinize her yıl bir-

iki muhabirle, ama yapabiliyorsanız daha fazlasıyla yeni bir ilişki başlatmak gibi bir hedef koymayı düşünün. Önerdiğimiz gibi, işe yerel bir gazetedeki bir muhabirle başlayın. Sonra, altı ay içinde (ya da, vaktiniz varsa daha önce) yerel gazeteden bir editörü, şehirdeki National Public Radio üyesi bir muhabiri ya da yerel televizyon kanalından bir muhabiri arayıp bir görüşme ayarlayın.

Pek çok muhabir, yerel basın organlarını daha büyük medya kuruluşlarına giden bir yol, bir sıçrama tahtası olarak kullanır. Birkaç yıl içinde, *Dallas Morning* gazetesi için yazan bir muhabir, *Newsweek* yazarı olabilir; eyalet üniversitesini izleyen bir muhabir *Good Morning America* programına terfi edebilir. Önceden bilemezsiniz, onun için bu ilişkileri uzun vadeli tutmaya çalışın. Ve bir muhabir başka bir kuruluşa geçerse, yerine gelen kişinin kim olduğunu mutlaka öğrenin.

Bir kere yerel muhabirlerle iyi ilişkiler kurduktan sonra, bölgesel ya da ulusal düzeydeki muhabirlerle tanışmayı düşünmeye başlayabilirsiniz.

Burada anahtar nokta, öncelikleri belirlemektir. Iowa'da yaşıyor ve kırsal otları inceliyorsanız, gerçekten eşsiz ya da ulusal çapta bir haberiniz olmadıkça, *Washington Post* yerine, Ovalar bölgesindeki diğer şehirlerin gazetelerindeki muhabirlere ulaşmak olasılıkla daha mantıklıdır. Benzer biçimde, ulusal ya da küresel çıkarımları olan bir konuyla uğraşıyorsanız ve elinizde şok edici belgeler varsa CNN, Montana'daki bir televizyon kanalından çok daha uygun bir seçim olacaktır. Ancak, ulusal bir muhabirin zamanının çok kısıtlı olacağını da aklınızdan çıkartmayın. National Public Radio'dan Richard Harris, "Ben de dahil, birçok bilim muhabiri herhangi bir konuda uzmanlaşmaz; onun için de, her farklı uzmanlık alanından kişilerle ilişki geliştirme olanağı yoktur. Örneğin ben, bir gün NASA* ile uğraşıyorsam, öbür gün kök hücre araştırmalarına bakıyorum," diyor.

* NASA: National Aeronautics and Space Administration: Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (ç.n.)

Yine de, kendine kaynak olacak birçok bilim insanı ile ilişkiler geliştirmiş olan Harris, uzmanlık alanlarındaki sorunlar için onları arıyor. Ulusal bir muhabir ile temasa geçecek olursanız, söyleceklerinizin o kişinin izleyici kitlesi için uygun ve onlara ilginç gelecek bir şey olduğundan emin olun ve konularınızın ya da görüşlerinizin kişinin çalıştığı kuruluşun genel haber akışıyla uyuşması için, kuruluşun genel haber yapısını inceleyin.

İletişim Hatlarını Açık Tutmak

Muhabirlerle karşı karşıya ya da telefonla konuşmak, bir iş ilişkisi geliştirmek yolunda atılmış önemli bir ilk adımdır. Ama bu yalnızca bir başlangıçtır. Onu ilgilendireceğine inandığınız gelişmeleri ona sürekli haber verin. Ve ilginç bir olay oluyorsa ya da ufukta merak uyandıracak bir haber varsa, onu önceden "uyarın". Haberlerdeki bir olay sizin uzmanlık alanınıza giriyorsa, muhabire, yorum verebileceğinizi bildirin. Gazetede yer alması ya da Associated Press veya Reuters'dan almaları gerektiğini düşündüğünüz ülke çapında bir olay oluyorsa bunu bir e-posta ile haber verin. En azından, çok kısa bir e-posta ile de olsa, sırf hatırda kalmak için muhabirle yılda dört ya da beş defa bağlantı kurmaya çalışın.

Acaba Muhabirler Hiç Benim Konularımla İlgilenecekler mi?

Uzmanlık alanının haber medyası için fazlasıyla gizemli olduğunu düşünenlerin bile etki yapmaları mümkündür. Yerel bir muhabirle bir ilişki kurarsanız yerel bilimsel gelişmelerden onu haberdar ederek ya da gazetenin ulusal bir bilim konusuyla ilgili bir haber yapmasını sağlayarak, kendinizi bir danışman haline getirebilirsiniz. Gazeteler, okurlarının dediklerini dikkate alırlar. Ve okurları daha sık ve ısrarla bilim haberleri isterlerse, onlar da bunu sağlamak için daha çok çalışırlar.

VII. Bölüm

Doğru İletişim Araçlarını Seçmek

Artık araştırmanız ve görüşleriniz hakkında nasıl konuşmanız gerektiğini bildiğinize göre, mesajlarınızı kamuoyuna ulaştırmak içi en iyi aracın ne olacağını bulmanız gerekiyor. Basın ile iletişim kurmanın, resmiden (haber toplantıları) gayriresmiye (e-posta iletişimi), karışıktan (video basın bülteni) basite (editöre mektup) kadar uzanan birçok farklı yolu vardır. Bu iletişim tekniklerini biz "araçlar" olarak adlandırıyoruz. Sizin hangi aracı kullandığınız ise mesajınız, hedef izleyici kitleniz ve bütçeniz gibi farklı etkenlere bağlıdır.

Bilim insanları ile yaptığımız görüşmelerde, çoğunun muhabirlerle iletişim kurmak için yalnızca tek bir yol kullandığını öğrendik. Bazıları, sadece basınla ilişkiler bürolarının ürettiği basın bültenleri yoluyla iletişim kurarken, diğerleri ise editörlere mektup göndermeyi yeğlerler. Birçoğu da, muhabirler onları arayana kadar beklerler. Bu da bir başlangıç sayılır gerçi ama,

mümkün olan en büyük izleyici kitlesine erişecekseniz, elinizdeki tüm iletişim araçlarını kullanmanız gerekir (ya da, en azından birkaç tanesini). Bu bölümde, bu araçları ayrıntılı olarak inceliyor ve mesajlarınızı etkin olarak iletmek için onları nasıl kullanabileceğinizi anlatıyoruz.

Tanışma Toplantıları

Bir önceki bölümün de vurguladığı gibi, medya çalışmalarınıza en iyi başlama noktası, kendinizi bölgenizdeki muhabirler için bir kaynak konumuna getirmenizdir. Bunu burada bir daha belirtiyoruz, çünkü görüştüğümüz birçok bilim insanının da doğruladığı gibi, yerel muhabirlerle ilişki kurmak, medya üzerinde olumlu bir etki yaratmanızın en etkin yollarından biridir. Bu ilişkileri, muhabirleri düzenli olarak e-posta veya telefon görüşmeleriyle bilgilendirerek sürdürmelisiniz. Yerel basınla iyi bir uyumu yakaladıktan sonra da, çevrenizeki başka hangi medya kuruluşlarının yaptıklarınızla ilgilenebileceğini düşünmeye başlayın. Ulusal çapta bir konu üzerinde çalışıyorsanız, araştırma ve görüşlerinizle ilgilenebilecek başka muhabirler de bulmak için daha büyük medya kuruluşlarının web sitelerine göz atın. Ancak, bunu yaparken, bu kuruluşların ilgisini çekmek için, daha yüksek bir "haber değeri standardını" karşılamak zorunda olduğunuzu da unutmayın.

Editörler Kurulu Toplantıları

Yerel bir muhabirle görüştükten sonra, bölge gazetenizin başyazarlarından biriyle bir toplantı ayarlayın. Bu yazarların görüş yazıları, gazetenin editörler kurulunun (gazetedeki bazı yazarlardan ve kıdemli müdürlerden oluşan bir grup) görüşlerini aksettirir. Bu yazılar, başyazıların karşı sayfasında, "editöre mektuplar"ın yanında çıkarlar.

Chicago Tribune gazetesinin başyazı sayfa editörü olan Bruce Dold, gazetenin muhabirlerinin haberlere bakış açılarının tarafsız olduğunu, ancak köşe yazarlarının görevlerinin, "bu olayları sentezleyip, yorumlamak ve sık sık, zamanımızın tatsız ikilemle-

rine bizim mantıklı olarak algıladığımız çözümler önermek," olduğunu söylüyor.[1] Günümüzün en acil ikilemlerinin ve bunların çözümlerinin çoğu hakkında uzmanlık sahibi bilim insanları olarak sizler, bir köşe yazarının görüşlerini değiştirmesine yardımcı olabilirsiniz.

Köşe yazıları son derece etkili olabilirler. Bunlar sadece halk tarafından değil, aynı zamanda yerel, eyalet ve federal düzeyde yasa koyucular ve iş adamları tarafından da okunurlar. Yeni bir araştırma yayımlıyorsanız, bir gazetede çıkacak olumlu bir köşe yazısı, insanlara bu araştırmayı neden önemsemeleri gerektiğini söyleyerek, çalışmanıza dikkat çekebilir. İlkesel bir konuyu halkın gözünde öne çıkartmak istiyorsanız, bir köşe yazısı insanları bu konuya neden önem vermeleri gerektiği hakkında ikna edebilir.

Bir köşe yazarı ile görüşme ayarlamak için, gazetenin santralini arayın ve editörler bölümünden biriyle konuşmak istediğinizi söyleyin. Bağlandıktan sonra, hangi köşe yazarının bilimle ilgili konularda yazabileceğini sorun. O kişiye erişmek için gerekli bilgileri alın ve ona araştırmalarınızı ya da görüşlerinizi ve bunların neden önemli olduklarını kısaca özetleyen bir e-posta gönderin. Bir görüşme isteyin ve birkaç olası görüşme zamanı önerin. Köşe yazarı, olasılıkla size yanıt verecek ve birlikte bir görüşme zamanı belirleyecektir. Yanıt alamazsanız, bir de telefon edin.

Köşe yazarı, tüm editörler kurulu ile görüşmenizi önerebilir. Bu seçenek size verilirse, sakın kaçırmayın; bu kurulda ne kadar fazla kişiyi eğitebilirseniz, o kadar iyi olur. Editör toplantıları, amacınızın gazetenin hangi konuya eğilmesini beklediğinizi açıkça söylemek ve bunu savunmak olması açısından, muhabirle yapılan görüşmelerden farklıdır. Aynen normal bir haber için yaptığınız gibi, köşe yazısının başlığının nasıl olmasını istediğinizi önceden düşünün. Bir köşe yazısının başlığı bir görüş belirtmeli, bir sorunu vurgulamalı ya da bir çözüm önerisi getirmeli –ve bu, sizin toplantıda ilettiğiniz ana mesaj olmalı. Diğer mesajlarınız başlığın ardındaki nedenleri ortaya koymalı ve bir eylem

çağrısında bulunmalı –bu yeni bir yasa, bir projeyi başlatmak ya da durdurmak, bir proje için finansman kaynağı talebi ya da daha fazla araştırma yapılması istemi veya sadece halkın bilinç düzeyini arttırma çabası olabilir. Köşe yazarına veya editörler kurulu üyelerine iletmek üzere, toplantıya bir miktar geçmiş bilgiyle gidin. Bu bilgi (olasılıkla, bu bölümde ileride ele alacağımız basın setlerinin bir parçası olarak) konunuzun ayrıntılarını içermeli ve siz de böylece toplantı sırasında konuşma noktalarınıza odaklanabilmelisiniz.

Editöryel toplantılar genellikle bir saat ya da daha kısa sürer. Kendinizi tanıttıktan sonra, gazetenin sizin konunuza neden ağırlık vermesini istediğinizi açıkça anlatın ve sorular için de yeteri kadar zaman bıraktığınızdan emin olun. Toplantının sonuna doğru, muhtemelen gazetenin bu konuda bir köşe yazısı yazmaya niyeti olup olmadığı hakkında bir fikir sahibi olursunuz. Ancak, bu konuda birinin yazıp yazmayacağını doğrudan sormayın. Köşe yazarı/editörler kurulu bu konuda ilgili görünmüyorlarsa, üzülmeyin. Bir muhabirle tanışma toplantısı gibi, bunu da uzun vadeli bir iş ilişkisinin başlangıcı olarak görmelisiniz. Önünüzdeki haftalarda ya da aylarda, bu ve diğer konularla ilgili olarak köşe yazarıyla yeniden temasa geçebilirsiniz. Ve unutmayın, köşe yazarları da aynen muhabirler gibi, ilerisi için fikir peşindedirler; onun için, ısrarlı ama sağduyulu olun (yani, haftada bir aramayın, ama sadece yılda bir de değil).

Basın Bültenleri

ABD'deki herhangi bir haber merkezini ziyaret ederseniz, muhabirlere her gün gönderilen basın bültenlerinin sayısı sizi şaşırtır. *Philadelphia Inquirer*'da bir çevre muhabiri olan Tom Avril, gazetenin bilim ve sağlık masasının, "her gün basın bültenleri altında boğulduğunu" söylüyor. Öyle görünüyor ki, bu günlerde terfilerden, konferans duyurularına ve küçük bir bağışa kadar hemen her şey için bir basın bülteni yayımlanıyor. *Boston Globe*'dan Gareth Cook "Gördüğüm o ki, birçok basın bülteni haber değerinden değil, bürokratik nedenlerden ötürü ya-

yımlanıyor –yeni bir bina açılışı konusunu önemseyen bir dekan gibi" diyor. Cook, "hiçbir haber değeri taşımadıklarından dolayı, bu bültenleri neredeyse hiç önemsemediğini," de ekliyor.

Sonradan bir bilim yazarı olan biyokimyager Roger Johnson, her gün binlerce gazeteciye basın bültenleri dağıtan çevrimiçi bir haber servisi olan Newswise'nin kurucusu. 30.000'den fazla basın bülteni okumuş bir kişi olarak etkili bir basın bülteninin, muhabirlere ilginç gelen bilgiler içermesi gerektiğini biliyor. "Bilim insanlarının, içerik hakkında dikkatle düşünmeleri gerek," diyor Johnson. "Kendilerine, 'Bu, medyanın ilgileneceği bir haber mi?' diye sormaları gerekir. Çoğu basın bülteninin arkasında, 'bunun herkes tarafından bilinmesini istiyorum' ya da 'bu önemli, insanlar bunu ilginç bulabilirler' anlayışı vardır. Ama bu küçümseyici bir bakış açısıdır ve okuru dikkate almaz. İnsanlarla gerçekten iletişim kurmak istiyorsanız, okuru ve onun ilgisini nelerin çekeceğini dikkate almanız gerekir. Basın bültenlerinin okurları muhabirlerdir. Ve onların ilgisini de haber çeker."

Gareth Cook bu nokta üzerinde ısrarlı. "Asıl önerim ise, [bilim insanlarının] biraz zaman harcayıp, [hazırladıkları basın bültenlerinin] gerçekten haber değeri taşıyıp taşımadıkları üzerine düşünmeleri. Bu bülteni, onu yollamayı düşündükleri yayın organında okuduklarını düşünebiliyorlar mı?" Cook, bilimsel konulardaki basın bültenlerinin, "neyin gerçekten yeni olduğunu ve bunun neden önemli olduğunu açıkça belirtmeleri" gerektiğini söylüyor. Yoksa "Okur bununla neden ilgilensin?"

Birer bilim insanı olarak sizler, basın bültenleri yayımlamak konusunda üniversitenizin basınla ilişkiler bölümünün baskısı altında olabilirsiniz. Birçok iyi niyetli enformasyon görevlisi, bir konu özellikle haber değeri taşımasa bile, medyanın ilgisini okul ya da kuruluşlarına çekmek amacıyla sık sık basın bülteni yayımlar. Ancak bu yaklaşım, sonuçta geri tepebilir. Bu, yalandan "Kurt geliyor!" diye bağıran çobanın öyküsüne benzer. Bir enformasyon görevlisi sürekli "Haber! Haber!" diye bağırır ve ardından da haber değeri olmayan basın bültenleri yayımlarsa, muhabirler de bir süre sonra onu önemsememeye başlarlar ve

bir gün verecek gerçek bir haberi olduğu zaman da, onu dikkate almayabilirler.

Amacımız, basın bültenlerini elinizden geldiğince verimli bir biçimde kullanmanızı sağlamaktır, çünkü iyi düşünülmüş ve iyi yazılmış bir basın bülteni medyanın ilgisini *gerçekten* çekebilir. Verecek bir haberiniz olduğu zaman, onu halka iletmenin en iyi yollarından biri bir basın bültenidir.

Basın bültenleri, muhabirleri izlenebilecek olası bir haber konusunda uyarmalıdır. Her ne kadar birçok muhabir basın bültenlerini bir öncü olarak görüp, daha fazla bilgi için sizinle temasa geçerse de, bazıları da doğrudan bunlardan haber yaratırlar. Yeni bir araştırma, insanları duygulandıran şaşırtıcı bir gelişme, bir politika değişikliği ya da bir konu veya olaya haber değeri katan diğer özelliklerin herhangi bir bileşimi hakkında bir basın bülteni hazırlanabilir. Araştırmanızın haber değeri taşıyıp taşımadığından emin değilseniz, yaptıklarınızı dostlarınız ve ailenizle paylaşın. Onların soruları, dikkatinizi daha önceden fark etmediğiniz yeni bir bakış açısına ya da gözden kaçırmış olduğunuz bir noktaya çekebilir. Temelde, basın bültenleri muhabirlere, verilen bilgileri kullanarak bir haber yazmaları ya da bir yayın hazırlamaları için ilginç veya merak uyandıran bir haberin can alıcı noktalarını sağlamalıdır.

Etkili bir Basın Bülteninin Öğeleri

Etkili bir basın bülteni medyadaki bir haberin temel bileşenleri ile (yani, yeni olan nedir, neden önemlidir, nerede ve ne zaman oluyor ve bununla kimler ilgili), bu konuda uzmanlığı olan bir kişinin kısa açıklamalarını bir araya getirir. Bülten, temelde sizin ana mesajlarınızın ve konuşma noktalarınızın (alt mesajlarınız) bir haber biçiminde sunumu olmalıdır. Bu bilgilere ek olarak, daha başka önemli öğeler de vardır:

"Kanca"

"İyi bir basın bülteninin anahtarı girişidir," diyor Roger Johnson. "Olay, hep şu noktaya gelir: 'Bu haberde yeni olanın

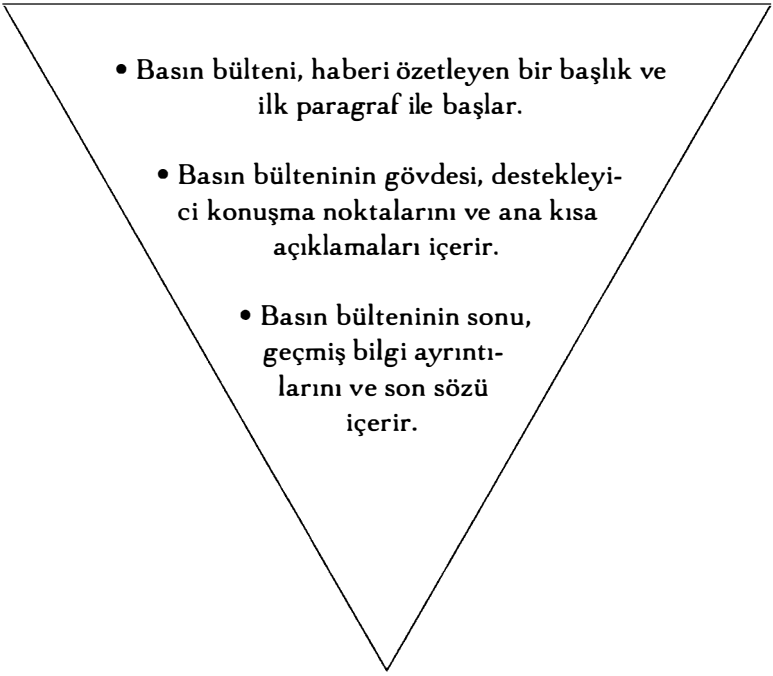
özü nedir?'" İşe, gazetede görmek isteyeceğiniz dikkat çekici bir başlıkla başlayın. Sonra da, iletmek istediğiniz haberi vurgulayan ve iki ya da üç çok kısa cümleden oluşan bir giriş paragrafı. Johnson "Bilim insanlarına, işin özünü belirlemeyi öneririm –yani önemli, benzersiz, yeni ve ilginç olan nedir. O özü, bir ya da iki cümlede özetleyin. Anlaşılır, ama aynı zamanda da ilginç olsun." diyor.

Bronx Hayvanat Bahçesi merkezli Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nin 128. sayfadaki basın bültenine bakın. *Journal of the Zoological Society of London*'da yayımlanan bir bilimsel makaleyi medya için anlaşılabilir ve anlamlı bir hale getirmek Stephen C. Sautner'in göreviydi. Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nde iletişim müdür yardımcısı olan Sautner, raporun "yalnızca bilimsel bir okur kitlesi için ve ağdalı bir dille yazılmış, tipik bilimsel bir çalışma" olduğunu söylüyor. Makalenin başlığı *Etoburlarda hızlı çevresel ve davranışsal değişimler: siyah ayıların (Ursus americanus) değiştirilmiş besinlere tepkileri* idi. "Yani, söylemesi bile çok kolay olmayan bir başlık," diyor Sautner. "Bizim işimiz, bu anlaşılmaz bilimsel yazıyı okunabilir bir hale getirmekti."

Sautner, insanların ilişki kurabilecekleri bir bilgi bulabilmek amacıyla, raporu baştan sona okudu. Bir satır ilgisini çekti. "Yaban yaşamdaki türdeşlerine kıyasla, kentsel etkileşim bölgelerindeki bireylerin: (1) günde faal oldukları [saat sayısının] belirgin bir şekilde daha az olduğu (13,3 saate karşın, 8,5 saat; $P < 0,01$)..." Metin, bu şekliyle, genel toplumu çok aşıyordu ama, Sautner'in aklına bir fikir geldi. "Yazarlara danıştıktan sonra," diyor, "bunun, çok basit olarak, kentlere yakın bölgelerde yaşayan siyah ayıların, çoğunlukla çöplükleri karıştırarak karınlarını daha kısa bir süre içinde doyurdukları ve sonra da göreceli olarak hareketsiz kaldıkları anlamına geldiğini anladık." Ve böylece, "Araştırmaya göre kent çevresindeki siyah ayılar birer şişko patatese dönüşüyor" manşeti doğmuş oldu. Saunter bunun, araştırmanın ana bulgularından birini halkın anlayacağı bir biçimde iletmenin "basit ve komik bir yolu" olduğunu söylüyor.

Gazetecilik Tarzı

Basın bültenleri, bir haber metnine benzer biçimde, en önemli olgular en başta olmak üzere yazılmalıdır. Gazetecilik dilinde buna ters piramit denir –çizilen ana tablo okurun ilgisini çekip bağlamı hazırlar, sonraki her paragraf giderek daha küçük ayrıntıya iner. Başka bir deyişle, odak noktası bülteni yayımlayan üniversite değil, haber olmalı. *Sacramento Bee* gazetesinden Edie Lau, "basın bürosundaki görevlilerin, isimlerinin geçmesi gerektiğini düşündüğü kişi ve kuruluşların ... [basın bülteninin] en sonunda yer almalarını" öneriyor. Etkili bir anlatımla yazmayı unutmayın ve Yaban Yaşamı Koruma Derneği basın bülteninde olduğu gibi, anlaşılması kolay bir dilde yazılmış kısa paragrafları hedefleyin.



Şekil 2: Ters Piramit

Kısa Açıklamalar

IV. Bölüm'de, bilim insanlarının kullanabileceği farklı kısa açıklamalardan söz etmiştik. Benzer kısa açıklamaları basın bülteninizin içine de serpiştirin. Her ne kadar ilk kısa açıklama genel olarak ikinci paragrafta gelse de, ikinci paragraf Yaban Yaşamı Koruma Derneği bülteninde olduğu gibi kısa ise, bu açıklamalar üçüncü paragrafa konabilir. Bir kısa açıklama "seti", tırnak içinde kısa ve özlü bir cümleden, bunu söyleyen uzmanın ve bağlı olduğu kuruluşun adından ve en sonda da ek bir kısa cümleden oluşur. İşte Yaban Yaşamı Koruma Derneği bülteninden bir örnek:

"Kentsel alanlardaki siyah ayılar kilo alıp, daha az yorucu faaliyetlerde bulunuyorlar," dedi çalışmanın başyazarı Yaban Yaşamı Koruma Derneği biyoloğu Dr. Jon Beckmann. "Akşam yemeği için bölgedeki çöplüğe dalıp, sonra da 'bugünlük bu kadar yeter' diyorlar."

Dördüncü paragraftan sonra ve size mantıklı geliyorsa bültenin en sonunda, bir kısa açıklama seti daha koymaya çalışın. Bir muhabir sizi arayıp basın bülteni hakkında konuşmak isterse, sorularını yanıtlarken bültendeki alıntıları da araya sokuşturun. (Bunları okumayın, yalnızca doğal bir biçimde söyleyin.) Kısa açıklamalarınız özlü değilse, muhabir sizi kandırıp, sizden alıntılayacak bir şeyler almaya çalışacaktır ve hazırlıksız konuşmak zorunda kalırsanız, sonra istemediğiniz bir alıntıyı medyada görme durumunda kalabilirsiniz.

Kısalık

Basın bültenlerini bir sayfayla sınırlı tutun. Büyük bir çalışmayı bir sayfada özetlemek zorlayıcı olabilir, ama yapılabilir ve yapılmalıdır. Böylece, muhabiri de iletmek istediğiniz noktalara yönlendirmiş olursunuz. Üç sayfalık bir basın bülteni o kadar çok bilgi içerir ki, muhabir bunu alıp, bazılarını hiç istemeyeceğiniz farklı yönlerde gidebilir ya da daha kötüsü, bülteni hiç okumayabilir. Muhabirlerin zamanları çok sınırlıdır. Basın bülteninize hızlıca bir göz atıp, ilgilerini çeken bir şey olup olmadı-

ğını görmek isterler. Eğer öyleyse, daha fazla bilgi için sizi her zaman arayabilirler ya da raporunuzun tamamını okuyabilirler.

Tarih ve İletişim Bilgileri

Bir muhabir bugün sizden bir basın bülteni içeren bir e-posta alırsa, bültendeki bilgilerin hemen haber yapılabileceğini varsayar. Bunun böyle olduğunu açıkça belirtmek için, bültenin üst sol köşesinde HEMEN DUYURULABİLİR ifadesinin yer alması ve hem onun altında hem de tarih satırında* bir tarihin belirtilmesi gerekir. (Tarih satırı haberin hazırlandığı şehri ve tarihi gösterir ve ilk paragrafın başında yer alır.) Böylece, muhabirler bülteni hemen haber yapabileceklerini bilirler ya da sonradan bir internet taramasında karşılarına çıkarsa, hangi tarihte açıklandığını anlayabilirler.

Bazen, enformasyon görevlileri veya dergiler, basın bültenlerine ambargo koyarlar. Bu durumda, muhabirler basın bülteninde yer alan bilgiyi belirli bir tarihten önce yayımlayamazlar. Ambargolu basın bültenleri *Science*, *Nature* ve diğer dergiler tarafından, bir bilgiyi ülkenin her tarafındaki muhabirlere adilane bir biçimde dağıtmak için kullanılmaktadır. Diğer kuruluşlar da zaman zaman, büyük çalışmalarla ilgili ve aynı gün içinde okuyup haber haline getirmenin zor olacağı bilgilere ambargo koyarlar; böylece, muhabirlerin haberi hazırlamak için yeterli zamanları olur.

Basın bülteninde, muhabirlerin temasa geçebilecekleri bir ya da iki kişinin adlarını ve telefon numaralarını da belirtmeyi unutmayın. Bu kişiler genelde, bir üniversitede ya da kuruluştaki basınla ilişkiler görevlileri olurlar. Ancak, muhabirler yine de bu kişilerin telefon ve e-posta bilgilerinin basın bülteni içinde yer almasını yeğlerler. "Bu, bizim iletişim bilgilerini almak için basın bürosunu aramamızdan daha kolay olur," diyor Lau. Diğer yandan, medya ilişkilerinde acemiyseniz, adınızın bu şekilde

* (ing.) dateline: yazılı ya da yayımlanmış bir belgede, yazım tarihi ve yerini belirten satır (ç.n.)

geçmesini istemeyebilirsiniz. O zaman, enformasyon görevliniz bir aracı olarak davranıp, söyleşi öncesi bilmeniz gereken her şeyi öğrenebilir ve sizin daha hazırlıklı olmanıza yardımcı olur.

İlgilenen muhabirlerin daha fazla bilgi edinebilmeleri için, basın bülteni içinde bir yerlerde daima bir web sitesi adresi belirtin. Bu adres doğrudan bir bağlantı değilse (yani, muhabirlerin adresi yazmaları gerekecektir), adresi kısa tutmaya çalışın. Raporunuz için uzun bir adres vermektense, onları raporunuza bir bağlantının yer aldığı bir ana sayfaya yönlendirmek daha iyi olabilir.

Tutarlı Format

Basın bültenlerinin yazılı kopyalarında (yani, elden ya da posta ile dağıtacağınız bültenler) en üstte bir logo ya da antetyer almalı ve bunun bir haber duyurusu olduğunu belirten bir gösterge olmalıdır. Bazı kuruluşlar basın bültenlerini çift aralıklı yazmayı yeğlerken, diğerleri tek aralıklı yazıp, paragraf aralarında çift aralık bırakırlar. Bazıları başlığı büyük harflerle yazarken, diğerleri büyük puntolu yazı karakteri kullanırlar. Bazıları bir alt başlık satırı kullanırken, diğerleri kullanmaz. Bazıları bir basın bülteninin sonunu üç adet diyez işareti (###) ile belirtirken, diğerleri iki tire arasında 30 sayısını (-30-) kullanırlar. Ancak, her ikisi de ortalanmış olarak yazılmalıdır.

Sonunda, tutarlı olduğunuz sürece, hangi formatlama tarzını kullandığınız fark etmez. Önemli olan, muhabirlerle paylaşacağınız haber değerine sahip bir şeyiniz olması, ana mesajlarınızı etkili bir başlıkla ve ilk paragrafla özetlemeniz ve ana mesajlarınız ve konuşma noktalarınızla (alt mesajlar) ilgili alıntılanabilir kısa açıklamaları yapmış olmanızdır.

Yeterli Hazırlık Zamanı

Bir basın bülteni araştırma ya da görüşlerinizi medyaya ve dolayısıyla dünyaya duyurur. Bir yılınızı bir raporu yazmak için harcamak, sonra da bir basın bülteni için yalnızca bir saat ayırmak pek mantıklı değildir. Ana mesajlarınızın neler olduklarına ve bunları nasıl ifade edeceğinize karar vermeniz biraz zamanı-

nızı alabilir. Ortak bir çalışma hakkında bir basın bülteni hazırlamak daha da fazla zamanınızı alabilir; çünkü meslektaşlarınızın araştırmanın belli yönlerinin nasıl vurgulanmaları gerektiği hakkında farklı düşünceleri olabilir, farklı kısa açıklamalar önerebilirler, hatta genel mesaj ve başlık konusunda bile sizden başka düşünebilirler. Bu nedenlerden dolayı siz, basın büronuz ve çalışmaya katılan diğer meslektaşlarınız, basın bülteni hazırlanmadan çok önce ana mesajları ve konuşma noktalarını tartışmalısınız. Bu, basın bülteni yazma sürecini çok daha kolay ve sorunsuz yapacağı gibi, anlatılmak istenen haberin verilmesini de garanti edecektir.

Örneğin, Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nin siyah ayılarla ilgili basın bülteni Stephen Sautner ile Dr. Jon Beckmann'ın ortak bir çalışmasıydı. "Jon'a, başlık konusunda 'bize güvenmesini' özellikle söylediğimi anımsıyorum ve o da güvendi," diyor Sautner. "Şunu da eklemem gerek ki, söz konusu araştırma hakkında yazılan neredeyse her makale, bu önemli doğa koruma haberinin bilimsel temellerini anlatmak konusunda çok büyük yarar sağladı."

WILDLIFE CONSERVATION SOCIETY

HABER BÜLTENİ

BAŞVURU İÇİN:
Stephen Sautner (718-220-3682; ssautner@wcs.org)
John Delaney (718-220-3275; jdelaney@wcs.org)

ARAŞTIRMAYA GÖRE KENT ÇEVRESİNDEKİ SİYAH AYILAR BİRER ŞİŞKO PATATESE DÖNÜŞÜYOR

New York (24 Kasım) – Bronx Hayvanat Bahçesi merkezli Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nden bilim insanlarının

yaptığı bir çalışmaya göre, kentsel alanlarda veya yakınlarında yaşayan siyah ayılar, daha vahşi ortamlarda yaşayan ayılara oranla üçte bir daha az faal olup % 30 daha kilolu oluyorlar.

Journal of Zoology'nin son sayısında yayımlanan araştırma siyah ayıların, böğürtlenden erişkin geyiklere kadar değişen doğal besinlerini bulmak amacıyla avlanmak için daha az zaman harcadıklarını söylüyor. Onun yerine lokantaların, alışveriş merkezlerinin ve banliyölerdeki evlerin arkasındaki çöplükleri karıştırmayı yeğleyip, çoğu kez, avlanmak için harcayacakları süreden çok daha kısa bir sürede karınlarını doyuruyorlar.

"Kentsel alanlardaki siyah ayılar kilo alıp, daha az yorucu faaliyetlerde bulunuyorlar," diyor çalışmanın başyazarı Yaban Yaşamı Koruma Derneği biyoloğu Dr. Jon Beckmann. "Akşam yemeği için bölgedeki çöplüğe dalıp, sonra da 'bugünlük bu kadar yeter' diyorlar."

Yazarlar ayrıca, kentsel alanlardaki siyah ayıların çevrelerinde yer alan ancak uzak durmaya çalıştıkları insan faaliyetlerinden dolayı geceleri daha hareketli olmaya başladıklarını söylüyor. Üstelik bu ayılar, yaban ortamlarda yaşayan türdeşlerine göre daha az zamanlarını inlerinde geçiriyorlar, ki yazarlar bunu, hazır bir yiyecek deposu olan çöplüklere bağlıyorlar.

Yazarlar, insanlar yaban yaşamı alanlarına yayılmaya ve ayılar da kentleşmiş alanlara gelmeye devam ettikçe, kişilerin olası çatışmaları azaltmak için eğitilmeleri gerektiğini öneriyorlar. Örneğin, ev ve iş yerlerinde ayılara karşı dayanıklı çöp bidonlarının kullanımının mecburi kılınması hakkında yerel bir yönetmelik çıkartılabilir.

"Ayılar beslenmek için çöplere ve insanların verdiklerine bağımlı bir hale gelmedikleri sürece, siyah ayılar ve insanlar yan yana yaşabilirler," diyor Beckmann. "Bu önemli yaban hayvanlarının doğanın bir parçası olmaya devam etmeleri için, yasa koyucular proaktif bir tutum benimsemelidirler."

###

Bu araştırmanın metni Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nin Koruma İletişim Bürosu'ndan (1-718-220-3682) sağlanabilir.

Basın Bülteninizin Dağıtımı

Basın bülteninizi bir muhabire ulaştırmanın en iyi yolu, onu doğrudan e-posta ile yollamaktır. Bir üniversite ya da büyük bir kuruluşta çalışıyorsanız, basınla ilişkiler büronuz muhabirlerin ad ve e-posta adreslerini içeren bir medya listesi oluşturup, basın bültenini tüm bu insanlara gönderebilir. Olmazsa, siz bir basın iletişim listesi tutup, bülteni kendiniz göndermelisiniz. Tabii önceden, yaptıklarınızla hangi medya kuruluşlarının –yerel ya da ulusal– ilgilenecekleri hakkında düşünmüş olmanız gerekir.

Haberinizle ilgili çarpıcı resimleriniz ya da çizimleriniz varsa, e-postanızda bunlardan da söz edin. Aynı şey sesler ve kokular için de geçerlidir (medyanın doğrudan kullanabileceği ya da tanımlanabilecek herhangi bir şey). Ve basın bülteninin metnini de e-posta içine koyduğunuzdan emin olun. "Sakın [basın bültenini] eklenti olarak göndermeyin," diye öneriyor Edie Lau. "Söylediklerinizin özüne erişmek için tıklama üzerine tıklama yapacak kadar sabırlı değilim."

Bir enformasyon görevlisinden ya da basın ilişkileri personelinden yararlanamıyorsanız, size basın bülteninizin dağıtımında yardımcı olacak birtakım ücretli servisler de vardır. Newswise, araştırma ile ilgili bilim haberlerini tüm dünyada binlerce bilim muhabirine göndermektedir. Aynı şekilde, Amerikan Bilim Geliştirme Derneği tarafından işletilen EurekAlert! de, bilimsel ko-

nulardaki basın bültenlerini dünyanın her tarafındaki bilim muhabirlerine göndermektedir. Duyuracak daha genel bir haberiniz varsa, U.S. Newswire ve PR Newswire basın bültenlerinizi editörlere, radyo-televizyon yapımcılarına ve tüm ülkedeki muhabirlere dağıtabilir.

Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nden Sautner, siyah ayılar ile ilgili basın bültenini kendi listesindeki 100'den fazla muhabire gönderirken, aynı zamanda Newswise ve EurekAlert!'e de yolladı. "Medyanın bu habere gösterdiği ilgi hayret vericiydi ve bugüne kadar Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nin ürettiği en popüler haberlerden biri oldu," diyor Sautner. Gerçekten de, haber tüm dünyada yazılı ve görsel basında yer aldı.

Muhabirlere gönderdiğiniz e-posta'ların "konu" kısmında, haberin özünü beş ya da daha az sözcükte toparlayan kısaltılmış bir başlık kullanın. Birçok muhabir, konu satırı ilgi çekici olmayan e-postaları ya göz ardı eder ya da silerler. Örneğin, Yaban Yaşamı Koruma Derneği bülteninin konu satırı şöyle olabilirdi: Siyah Ayılar Şişko Patatese Dönüşüyor. Basın bülteni metninin ise, sol marja dayanmış metin ve paragraflar arası bir satırlık bir boşluktan başka herhangi bir formatı olmamalı. En üst bölüm de duyuru tarihini, kurumun adını ve iletişim bilgilerini içermeli.

Basın bülteninizi gün içinde elinizden geldiğince erken göndermeye çalışın. Ne kadar erken gönderirseniz, muhabirin de bir haber hazırlamak için o kadar çok zamanı olur. Mümkünse, pazartesi ve cuma günleri basın bülteni göndermekten kaçının ve haber acil bir durumla ilgili değilse, asla hafta sonu göndermeyin. Haftanın ilk günü muhabirlerin özellikle dolu oldukları bir gündür; cuma günleri ise, çoğu haftayı toparlamaya ya da pazar sayısı için yazı hazırlamaya çalışıyordur.

Basın Açıklamaları

Kendi haberinizi duyurmak için en iyi araç bir basın bülteni olsa da, başka birinin araştırması ya da zaten haberlere çıkmış olan ilkesel bir konu hakkındaki eleştirel konuşma noktalarınızı medyaya göndermek için bir basın açıklaması daha etkin bir yol-

dur. Bir basın açıklaması, adından da anlaşılacağı üzere, haber değeri olan bir konu hakkında sizden gelen kısa bir açıklamadır. Basın bülteni gibi, bir basın açıklamasında da bir başlık, iletişim bilgileri ve bir tarih satırı vardır. Ama, bir gazete haberi tarzında yazılan basın bülteninin aksine, basın açıklaması birkaç paragrafta ana mesajlarınızı ve kısa açıklamalarınızı içerir. Basın açıklamaları, basın, muhabirlerin zaten ayrıntıları hakkında bilgi sahibi oldukları bir olayı kapsarken kullanılmalıdır. Sizin yaptığınız sadece, muhabirlerin içlerinden istediklerini seçip kullanabilecekleri bir dizi ifade ve alıntı sağlamaktır. Açıklamanızın esas konusundan habersiz bir muhabir için, geçmiş bilgi sağlayan bir basın açıklaması son derece yararlı olacaktır.

İşte, Duyarlı Bilim İnsanları Birliği tarafından, Cornell Üniversitesi'nde fizik profesörü ve Duyarlı Bilim İnsanları Birliği yönetim kurulu başkanı Dr. Kurt Gottfried adına yapılan bir açıklama örneği. E-posta tarzındaki açıklamanın, yakın tarihte duyurulmuş başka bir araştırma hakkında olduğuna dikkatinizi çekeriz.

HEMEN DUYURULABİLİR:
17 Kasım 2004

DUYARLI BİLİM İNSANLARI BİRLİĞİ
BAŞVURU İÇİN: Suzanne Shaw, (617) 547-5552

ULUSAL BİLİM AKADEMİSİ SİYASİ SORULARI UYGUNSUZ BULUYOR
Bilim İnsanları, Siyasi Parti Üyelikleri ya da Oy Tercihleri Konusunda Sorgulanmamalı

DUYARLI BİLİM İNSANLARI BİRLİĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI KURT GOTTFRIED'İN AÇIKLAMASI

Ulusal Bilim Akademisi, bilim alanında Başkan tarafından yapılan atama süreci hakkında bugün açıklanan raporun-

da, federal bilim danışmanlık kurullarında görev almaları düşünülen bilim insanları ve diğer teknik uzmanlara siyasi parti üyelikleri, oy tercihleri ya da belli politikalar hakkındaki kişisel duruşları hakkında soru yöneltilmesini uygun bulmadığını açıkça belirtti.

Rapor bu yıl, aralarında birçok Nobel Ödülü sahibi ve Ulusal Bilim Madalyası almış bilim insanının, üniversite rektörünün ve önde gelen tıp araştırmacısının da olduğu 6000'den fazla bilim insanı tarafından dile getirilmiş olan ve bilim danışmanlık kurulları adaylarının sadece uzmanlıkları ve profesyonel yetenekleri ile değerlendirilmeleri gerektiği konusundaki endişeleri de yansıtıyor. Aksi bir davranış, ilkesel kararlara verilen bilimsel katkının dürüstlüğüne zarar vereceği gibi, kamu sağlığı ve güvenliği ile çevresel sorunlardan ödün verilmesine de neden olabilir.

Amerikalıların çok büyük bir çoğunluğu bilim insanları ile aynı düşüncede. Bir süre önce ulusal düzeyde yapılan bir kamuoyu yoklaması halkın üçte ikisinin, bir danışmanlık kurulu için düşünülen bir adayın parti üyeliği ya da son başkanlık seçiminde kullandığı oy hakkında sorgulanmasını kabul edilemez olarak gördüğünü ortaya koydu.

Kongre, bilim danışmanlık kurullarına yapılacak atamalarda uyulması gereken kuralları güçlendirmek ve uygulanmasını sağlamak için harekete geçmeli ve bu uygunsuz sorgulama şeklini yasaklamalıdır. Artık kampanya sürecinden doğan kısıtlamalar da ortadan kalktığına göre, hükümet Ulusal Bilim Akademisi'nin önerilerini dikkate almalı ve Bilim ve Teknoloji Politikaları Ofisi müdürünün statüsünü yeniden "başkan danışmanı" statüsüne çıkartmak için hızlı adımlar atmalıdır.

###

Çağrılar

Genelde, haberinizi duyurmasını istediğiniz sadece birkaç medya kuruluşu vardır. Belki bunların yerel muhabirleri vardır ve onlarla zaten bir ilişki kurmuşsunuzdur veya belki de muhabirler *New York Times* veya *Wall Street Journal* gibi etkili bir ulusal medya kuruluşunda çalışıyorlardır. Her iki durumda da, muhabirlerin basın bülteninizi okumalarını garanti etmek istiyorsanız, bülteni gönderdikten sonra onları aramalısınız. Aslında, sizin başka bir şey yapmanıza gerek kalmadan da bülteni okuma olasılıkları var ama, muhabirlerin her gün aldıkları e-posta sayısını da dikkate alırsanız, yine de uyarmanızda yarar görüyoruz. Örneğin, Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nden Dr. Beckmann olsaydınız, şöyle bir kısa mesajla arayabilirdiniz: "Merhaba, ben Jon Beckmann. Bronx Hayvanat Bahçesi merkezli Yaban Yaşamı Koruma Derneği'nde çalışan bir bilim insanıyım. *Journal of Zoology*'de yeni yayımladığımız ve kentsel alanlarda yaşayan siyah ayıların birer şişko patatese dönüştüklerini gösteren bir makale ile ilgili olarak bu sabah size bir basın bülteni gönderdik. Bu ayılar, daha vahşi ortamlarda yaşayan ayılara oranla üçte bir daha az faal olup % 30 daha kilolu oluyorlar. Bülteni görmediyseniz veya konu hakkında herhangi bir sorunuz varsa, lütfen şu numaradan beni arayın..."

Vakitli, benzersiz, güncel ve ilginç olmak gibi haber değerine sahip bir önemli haberiniz olduğu zaman, bir muhabiri aramaktan asla çekinmemelisiniz. "İyi bir tüyo vermek için beni arayan çok fazla bilim insanı olmuyor ve aslında, daha fazla arasalar hiç de fena olmazdı." diyor National Public Radio'dan Richard Harris. Elinizdeki flaş bir haber değilse, basın bültenlerinde olduğu gibi en iyisi, gazete ve televizyon muhabirlerini sabah erken saatlerde (ama mutlaka, saat 15.00'dan önce) aramaktır. Çoğu durumda, radyo muhabirlerini gün içinde her saatte arayabilirsiniz ama, akşam veya sabah haberleri için bir haber üzerinde çalışıyor olabileceklerini aklınızdan çıkartmayın.

E-Postalar

Zaman zaman, bir basın bülteni gerektirmeyen ama muhabire yararlı olabilecek bir bilgi ile karşılaşabilirsiniz. Bu gibi durumlarda muhabire, onu "uyarıcı" kısa bir e-posta göndermenizi öneririz. Böyle "uyarı" niteliğindeki e-postaların pek çoğu, habere dönüşebilir. Edie Lau, "tanınmış bilim insanlarından gelen uyarılara özellikle dikkat ettiğini" söylüyor. Bunların haber bültenleri olmadığını, "ama, belli bir konunun neden haber değeri taşıdığını düşündüklerini açıklayan ve doğrudan bana yazılmış notlar," olduklarını söylüyor.

Gerçekten de, bir önceki bölümde tartıştığımız gibi, muhabirler için güvenilir bir kaynak olmanın en iyi yollarından biri, onlara araştırınanız ya da izlemekte olduğunuz politika konularıyla ilgili düzenli kısa güncellemeler göndermektir. Görüştüğümüz muhabirler, bu mesajların kısa ve özlü olmaları gerektiğini vurguluyorlar. Gareth Cook, "Neyin yeni olduğunu, neden önemli olduğunu ve gerekirse ilgililere nasıl erişebileceğimi söyleyen kısa ve ikna edici e-postalar almayı tercih ederim," diyor. Ayrıca, özellikle iyi bir haberin ardından ya da bir haberin eksik ya da yanlış olduğunu düşünüyorsanız, muhabire bir cümlelik bir not da gönderebilirsiniz (bir hatasına işaret ederken muhabiri asla aşağılamayın). Amacınız, muhabirin tüm bilgilere sahip olmasını sağlamaktır. Nesnel, mantıklı ve kısa olun.

Editöre Mektuplar

Bir gazetenin en popüler bölümlerinden biri de, editöre mektuplar bölümüdür. Sonuç olarak, editöre bir mektup yazmak, konuşma noktalarınızı ve görüşlerinizi halka doğrudan iletmenin en etkili yollarından biri olabilir. Her gazetenin, genellikle başyazı sayfasında yer alan bir mektuplar bölümü vardır. Bu sayfanın editörleri, bir sayfaya birçoğunu sığdırabileceklerinden, kısa mektuplardan hoşlanırlar. *Los Angeles Times* ve *Washington Post* gibi gazeteler, her gün altı ile sekiz arası mektup yayımlarlar. *New York Times*, ayrıca salı günleri yayımlanan bilim bölümünde de mektuplara yer verir. Mektubunuzun yayım-

lanma olasılığı, gazetenin boyuna göre değişir. *St. Paul Pioneer Press* gazetesinin makaleler sayfası editörü Art Coulson gazetesinin, "gelen her dört mektuptan birini yayımlayacak kadar" yeri olduğunu söylüyor.[2] Diğer yandan, *Chicago Tribune* gazetesi haftada binlerce mektup alırken, sadece yetmiş kadarını yayımlayabiliyor. "Şiddetli bir rekabet var," diyor *Tribune*'ün mektuplar sayfasını idare eden Dodie Hofsetter.[3]

Bir "Editöre Mektup" yazmayı düşünmek için dört nedeniniz olabilir:

1. *Bir mesajı güçlendirmek.*
   Önem verdiğiniz bir konu hakkında iyi yazılmış ya da iyi araştırılmış bir haber ya da köşe yazısı okursanız, mektubunuz olaya yeni bir bakış açısı getirebilir ya da haberin çıkarımlarını ve sonuçlarını daha aydınlatabilir.

2. *Başkalarının görüşlerini çürütmek.*
   Muhabirin haberi dengeli bir biçimde sunmuş olmasına rağmen sizin görüşleriniz makalede alıntılanan kişininkinden farklıysa, mektubunuz alternatif bir görüş sunabilir.

3. *Önemli bir hataya işaret etmek.*
   Bir haberde öenmli bir hataya rastlarsanız, mektubunuz doğru bilgiyi sağlayabilir. (Haberin kaynaklarından biriyseniz ve hata büyükse, muhabirden bir düzeltme yayımlamasını isteyin. Kaynaklardan biriyseniz ama hata büyük değilse, muhabire hatayı gösteren kısa bir not gönderin.)

4. *Gazetenin bir konuyu göz ardı etmesi ile ilgili bir şey söylemek.*
   Yerel gazeteniz önemli bir bilimsel olayı görmezden geliyorsa, mektubunuz bu konuda gazeteyi kibarca uyarabilir. Mektubunuz yayımlanmasa bile, gazetenin bilimsel konular hakkındaki gelecekteki tavrını değiştirmesine yardımcı olabilir.

Etkili bir mektubun anahtarı, içinde bir fikir olmasıdır. Wisconsin eyaletinin Wausau kentinde çıkan *Daily Herald* gazetesinin "görüşler" sayfası editörü Peter J. Wasson, kasabadaki insanların, "komşularının görüşlerini okumak" istediklerini söylüyor. Yayımladığı mektuplar ise, "ilgi çeken konular hakkında yazılmış özgün ve düşündürücü yazılar."[4]

Mektubunuzu 150 sözcüğün altında tutmaya çalışın ve gazete yayımlasa bile, asla 250 sözcüğü geçmeyin (mektubunuz ne kadar uzun olursa, kısaltılması ve dolayısıyla en önemli mesajlarınızın çıkartılması olasılığı da o kadar artar). Gazeteniz, mektupların gönderilebileceği bir e-posta adresi belirtmiş olmalıdır. Bulamazsanız, gazetenin web sitesine bakın ya da gazeteyi arayıp, bu bilgiyi edinin.

İşte, 24 Mart 2005 tarihinde *New York Times*'da yayımlanmış etkili bir Editöre Mektup. Mektubun kısa ve özlü olması, etkinliğini arttırıyor.

EDİTÖRE

Konu: "Imax için Yeni bir Test: İncil'e karşı Volkan" (19 Mart tarihli haberiniz)

Pazar araştırmaları ve köktendincilerden gelen baskılarla, bilim müzelerindeki bilimin sansürlenmesi üzüntü veren bir olaydır.

Büyük Patlama ile başlamış milyarlarca yıl yaşındaki evrenin evrimi, modern bilimin temel çerçevesini oluşturur. Bu temel çerçeveyi ele alan bir filmi gösterebilecek cesarete sahip olmayan bir bilim müzesi, bu tanıma layık değildir.

Jon Machta
Amherst, Massachusetts, 19 Mart 2005

Mektubun yazarı Amherst'deki Massachusetts Üniversitesi'nde fizik profesörüdür.

Yazarın bir bilim insanı olarak belirtildiğine dikkat edin. Mektubunuzu gönderirken bilimsel, akademik ya da mesleki bağlantılarınız ve uzmanlığınız hakkında bilgi vermeyi unutmayın. Hatta, uzmanlık alanlarınıza mektubunuzun içinde de atıfta bulunmak isteyebilirsiniz.

Bilseniz bile tekrarında yarar olan bir uyarı: Başkasının yazdığı bir yazıyı, kendi adınızla bir Editöre Mektup olarak asla göndermeyin. Bir dostunuz ya da bir kuruluş, söyleyeceklerinizi hakkında önerilerde bulunmuş olsalar bile, her zaman kendi sözcüklerinizi kullanın. "Mektup editörümüz Amira Awad ve ben, düzenli olarak kampanya ve savunu gruplarının web sitelerini dolaşıp, oradaki mektup formlarına dikkat ederiz," diyor Art Coulson. "Ulusal Editöryel Yazarlar Birliği, web sitesinde üyelerinin aldığı mektup formlarının bir kopyasını her gün farklı birçok mektup olarak yayımlar. Ve birbirinin aynı, ama farklı 'kişiler' tarafından imzalanmış düzinelerle mektup aldığımızda, bu işte bir bit yeniği olduğunu anlamamız çok da zor olmaz." Coulson, "Sadece kendi görüşlerinizi, kendi sözcüklerinizle ifade etmenizi istiyoruz. Ve lütfen GERÇEK adınızı, adresinizi ve telefon numaranızı belirtin. Bir mektubun kaynağını doğrulamak için inanın ki telefonla ararız ve verdiğiniz yanlış bilgilerden dolayı size ulaşamazsak, mektubunuz doğrudan imha edilir."[5]

Op-Ed'ler*

Op-ed'ler, görüşlerinizi Editöre Mektuplar'dan çok daha fazla sözcük kullanarak halka doğrudan iletme olanağını verirler. Bu yazılar çoğu gazetede makalelerin yer aldığı sayfanın karşı sayfasında yer alırlar ve genelde konuk yazarların yazılarının yanında çıkarlar. Op-ed'ler, gazete ile resmi bir ilişkileri olmayan iş adamlarından bilim insanlarına, politikacılardan anne babalara ve hatta okul çocuklarına kadar, vatandaşların yazdığı ve görüş belirten yazılardır.

* (ing.) *opposite editorial* (başyazı karşısı) sözcüklerinin kısaltılması: özellikle ABD'de yayımlanan gazetelerde, makalelerin yer aldığı sayfanın karşı sayfasında bulunan "okur görüşleri" sayfası (ç.n.)

Bir op-ed yazarken en önemli adım, yazıp yazmamanız gerektiğine karar vermektir. Bir op-ed dağıtım servisi olan Minuteman Media'nın yöneticisi William A. Collins, şunu öneriyor: "Bir op-ed yazmak için yararlı bir hazırlık yöntemi, konuyu berberinize, manikürcünüze veya kayınbiraderinize anlatmaya çalışmaktır. Böylece, bakışları donuklaşıyor mu yoksa bazı tümce ya da analojiler ilgilerini çekiyor mu, görebilirsiniz. Bu şekilde, belki de tüm planınızı baştan gözden geçirirsiniz."

Bir Op-Ed Nasıl Yazılır

Aynen iyi herhangi bir yazı gibi, op-ed'lerin de bir başlığı, girişi, gelişmesi ve sonucu vardır.

Okur ilk önce başlığı görür; onun için, başlığın okurun ilgisini çekmesini ve onu söyleyeceklerinizi okumaya ikna etmesini sağlamalısınız. Başlık, aynı zamanda yazınızın konusunu da yansıtmalı, dolayısıyla okurun neden söz ettiğiniz hakkında bir fikir sahibi olmasını sağlamalıdır. Ancak, editörlerin sayfa düzeni nedeniyle ya da daha vurucu kılmak amacıyla başlığınızı değiştirebileceklerini de unutmayın.

Giriş bölümü de, başlık gibi, okurun merakını uyandırmalı ve onu okumaya devam etmeye itmelidir. Burası, okurun ilgisini çekmek için ilgili referanslar, renkli bir dil ve metaforlar kullanıp, ana mesajınızı ya da duruşunuzu ilk olarak belirttiğiniz yerdir. Giriş paragrafını üç kısa cümle ile sınırlamaya çalışın.

Yazının gelişme bölümü, anlatmaya çalıştığınız ana noktayı daha da açıklamak içindir. Paragraflar kısa, odaklanmış ve üç ila beş cümle uzunluğunda olmalıdır. Her paragrafta bir destekleyici noktayı anlatmaya çalışın ve her paragraftan bir sonrakine yumuşak bir geçiş olmasına dikkat edin. Her paragraf, giriş bölümüne ve ana mesajınıza bağlantılı olmalıdır. Konuyu dağıtmaktan kaçının.

Sonuç bölümü önceki tüm paragrafları toparlayarak, yazıyı sonlandırır. Bu bölümde, ana noktanızı ya da görüşünüzü yinelemelisiniz. Okurun mesajınızı hatırlamasına yardımcı olması için, son cümleniz akılda kalıcı olmalıdır.

Yazınızı daha etkin bir hale getirmek ve yayımlanma şansını arttırmak için, aşağıdaki ayrıntıları unutmayın:

Uzunluk

Gazetelerde görüş yazılarına ayrılan editöryel alan genelde oldukça kısıtlıdır; onun için, yazmaya başlamadan önce, yazıyı göndereceğiniz gazetenin yazı uzunluğu sınırlarını kontrol etmelisiniz. İdeal olarak, bir op-ed 500-700 sözcük arasında olmalıdır, ama *Providence Journal* makaleler sayfası editörü Robert Whitcomb gibi bazı editörler, 1000 sözcüğe kadar olan yazıları da dikkate alırlar.

İletişim bilgileri

Yazınızın sonunda adınız, üniversite ya da kurumunuz, unvanınız, iş ve ev telefon numaralarınız ve adresiniz de dahil, iletişim bilgilerinizi vermeyi unutmayın. Pek çok gazete, yazarını doğrulamadan bir yazıyı yayımlamaz.

Odak

Cleveland Plain Dealer gazetesinin op-ed editörü olan Gloria Millner'e göre, bilim insanları sık sık "günlük bir op-ed sayfasında kullanılamayacak kadar uzun yazılar yazıyorlar.... Bir konunun tek bir yönü üzerinde odaklanmak yerine, çok fazla kavram hakkında yazmaya çalışıyorlar." Örneğin, diyor, "bir bilim insanı, kök hücre konusundaki yaygın yanlış anlamaların bir kısmını düzeltmek istiyor olabilir. Konu sıcaksa (yani, gazetelerin baş sayfalarında konu ile ilgili çok fazla haber çıkmışsa ya da bir seçim tartışmasına konu olduysa ya da Christopher Reeve'in ölümü gibi bir olay konuyu yeniden gündeme getirmişse), [bir editör] olasılıkla daha uzun bir yazıyı kullanmaya razı olabilir. Ama konu o kadar da sıcak değilse, 700 sözcükle anlatılabilecek bir konuya odaklanmak en iyisidir. Örneğin, kök hücreler hakkında yanlış anlaşılan bir düzine konu olabilir. Pekâlâ en yaygın ya da en tehlikeli görünen üzerine odaklanmak mümkündür."

Dil

Okurlarınızın çoğu, sizin araştırma alanınızda uzman değillerdir; onun için, genel bir okur kitlesine hitaben yazmak önemlidir. *Denver Post* gazetesinin makaleler sayfası editör yardımcısı Bob Ewegen, "En önemli önerim BTA kuralıdır: Basit Tut, Aptal. Bir yığın kısaltına ve ne olduğu belirsiz jargon kullanmayın," diyor.

Yerel Etki

Millner, bilim insanlarına "gazetenin çıktığı şehirdeki sanayilere ve araştırma kurumlarına" bakmalarını öneriyor. "Burada, Cleveland'da," diyor, "yerel üniversitelerde yapılanlar bizi çok ilgilendiriyor –örneğin, polimerler, sıvı kristaller."

Charlotte Observer gazetesinin makaleler sayfası editörü Ed Williams da aynı noktaya değiniyor ve "konuları yerelleştirme ya da bölgeselleştirme şanslarını kullanmamanın" op-ed yazan bilim insanlarının yaptıkları en yaygın hatalardan biri olduğunu söylüyor. Williams, okurları adına şu soruyu soruyor: "[Bu konu] Kuzey ve Güney Carolina eyaletleri veya Charlotte kenti halkı için ne anlam ifade ediyor?"

Görüş

Son olarak, araştırmanın değeri ya da bir sorunun boyutları ya da sorunun çözümü için atılması gereken adımlar hakkında bir görüşünüz olsun. "Kamusal politika seçenekleri hakkında açık ve net bir duruşunuz olsun," diyor Williams. "Bilimsel konular inceliklerle dolu olabilir ama, politik seçenekler *'ya o, ya bu'* şeklindedir. Yazar aynı zamanda, izlenecek ilkeler konusunda halkın seçiminin, konunun politik süreç içinde nasıl şekillenmiş olduğundan bağımsız olarak, ne olması gerektiğini de açıklayabilir." Williams, "güncel olaylar ve önemli (ya da ilginç veya her ikisi de) konular hakkında okurlara net görüşler sunamadıkları" için, op-ed gönderilerini sık sık geri çevirdiğini de ekliyor.

Aşağıdaki "Füze Savunması Boşlukta" başlıklı op-ed, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nden Lisbeth Gronlund ve Cor-

nell Üniversitesi'nden Kurt Gottfried tarafından kaleme alınmıştır. (Gottfried, Duyarlı Bilim İnsanları Birliği yönetim kurulu başkanı, Gronlund aynı kuruluşun küresel güvenlik programı eş-yöneticisidir.) 3 Mayıs 2000 tarihinde *Washington Post* gazetesinde yayımlanan yazı, bir politika konusu ile ilgili bilimsel bir konu hakkında akıllıca yazılmış güzel bir op-ed örneğidir. Bilim insanları, karmaşık bir konu hakkında kolaylıkla anlaşılabilir bir dille, ancak fazlasıyla da basitleştirmeden yazmışlardır.

Daha ilk paragrafta, yazarlar duruşlarını açık bir şekilde sergiliyorlar: Füze savunma sistemi bir işe yaramayacaktır. Sonra da, kaybedilecek olanın ne olduğunu tanımlayıp, başlangıçta ortaya koymuş oldukları ana temayı destekleyen araştırmalarını özetliyorlar. Bir yandan iddialarını savunurken, bir yandan da karşıt görüşlere yer verip, onları çürütüyorlar. Eğer yazılarında duygusal gösterilerde bulunmaktan hoşlanmayan bir bilim insanı iseniz, Gronlund ve Gottfried'in kendi görüşlerini ölçülü bir şekilde nasıl ilettiklerine özellikle dikkat edin (ama yine de, bir resim çizen bir anlatımı da araya sıkıştırmayı başarmışlar: "...Pentagon'un*, yürümeye yeni başlayan çocuğunun bir mayın tarlasındaki ilk adımlarından sağ çıkmayı başarıp başaramayacağını bilmesinin yolu yok.") Ve en sonunda, yazı bir çözüm önerisi ile bitiyor: "Başkan, yalnızca inandırıcı bir tehdide karşı başarıyla ve defalarca denenmiş bir sistemin konuşlandırılmasına onay vermelidir." Op-ed sadece iyi yazılmış olmakla kalmayıp, aynı derecede önemli olarak, doğru bir zamanlamaya sahipti.

FÜZE SAVUNMASI BOŞLUKTA

Başkan Clinton'un, ulusal bir füze savunma sistemi geliştirmeye başlanıp başlanmayacağı hakkında yaklaşan kararı, hararetli bir tartışmaya neden oldu: Bu sistem kaça mal olacak? Bunu konuşlandırmanın, ABD-Rusya nükleer silah indirimi üzerindeki etkisi ne olacak? Ama, temel soru-

* ABD Savunma Bakanlığı (ç.n.)

yu soran çok az kişi var: Bu sistem işe yarayacak mı? Yanıt, hayır.

Ulusal füze savunmasının amacı, ABD'yi füze yeteneğini yeni kazanan ve gelecekte nükleer, biyolojik veya kimyasal savaş başlıklarıyla donanmış uzun menzilli füzelere sahip olabilecek Kuzey Kore gibi ülkelerden gelecek saldırılara karşı korumaktır. ABD, dünyanın en gelişmiş teknolojisine sahip en güçlü askeri gücü iken, Kuzey Kore dünyanın en yoksul ülkelerinden biridir. Diyeceksiniz ki böyle ülkelerden gelen füzeler gelişmiş Amerikan savunmasını geçemezler.

Geçebilirler. Çünkü, planlanan Amerikan füze savunma teknolojisi mükemmel bir şekilde çalışsa bile (büyük bir soru işareti), sistem karşı önlem diye nitelendirilen ve savunmayı bozacak ya da çökertecek oldukça basit yöntemlerle alt edilebilir. Üstelik bu karşı önlemleri geliştirip konuşlandırmak, uzun menzilli füzelere göre daha kolay ve ucuzdur.

Bu sonuç, yarısına yakını Savunma Bakanlığı'nda kıdemli danışman olarak görev yapmış dokuz fizikçi ve mühendis ile yakın zamanda yaptığımız bir çalışmaya dayanmaktadır. Bu çalışmada, üç tane belirgin ve kolaylıkla elde edilebilir karşı önlemi ayrıntılı olarak açıkladık. Sonra, bir saldırganın yalnızca ABD'nin 2005 yılından önce konuşlandıracağı birinci savunma aşamasını değil, tüm radarları, uyduya dayalı algılayıcıları ve yerden atılan önleyici füzeler ile birlikte 2015 için planlanan tüm sistemi geçip geçemeyeceği sorusunu sorduk. Ulusal füze savunması hakkında kamuya açık bilgilerden yararlanarak ve savunmanın sadece fizik kuralları ile sınırlandığını varsayarak, incelediğimiz karşı önlemlerden herhangi birini kullanan bir saldırganın, eksiksiz konuşlandırılmış füze savunma sistemini geçebileceği sonucuna vardık.

Örneğin, saldırgan nükleer savaş başlıklarını alüminyum kaplı Mylar balonlar içinde saklayıp, bunları düzinelerle boş balonla birlikte salabilir. Füze savunma algılayıcılarının hiçbiri hangi balonun savaş başlığı taşıdığını söyleyemeyeceği için, savunma sistemi tüm balonları vurmak zorunda kalacaktır. Küçük çaplı saldırıda bile, önleyici füzelerin sayısından fazla balon kullanılabilir.

Biyolojik silah kullanan bir saldırgan da savunmayı delebilir. Etkili olmaları için, biyolojik ajanların geniş bir alana yayılmaları gerekir. Bir saldırganın, her füzenin taşıdığı silah içeriğini yüz ya da daha fazla küçük "bombacıklara" bölerek, bunu kolaylıkla başarabileceğini gösterdik. Bunun sonucu olarak da, böyle bombacıklar savunma sistemini çökertecektir.

Planlanan füze savunma sistemi, hedefleri doğrudan uzay boşluğunda vuracak önleyici füzelere dayandığı için, bu sorunlar sistemin yapısal bir parçasıdır. Sistemin bu tasarımı ise, bu tür karşı önlemlere karşı etkili olacak bir biçimde değiştirilemez.

Füze savunma sisteminin destekçilerinden bazıları, karşı önlemlerin Kuzey Kore gibi bir ülke için fazlasıyla zor olduğunu iddia ediyorlar. Bu iddianın sahipleri, ABD istihbarat yetkilileri tarafından hazırlanan ve füze yeteneğini yeni kazanan ülkelerin, "kolaylıkla elde edilebilir teknolojiler" kullanarak karşı önlem geliştirebilecekleri ve bunu füzelerini konuşlandırmadan önce yapabilecekleri uyarısında bulunan 1999 Ulusal İstihbarat Tahminleri raporunu göz ardı etmektedirler.

Kimileri, sistemin birinci aşaması karşı önlemlerle başa çıkabilecek yeteneğe sahip olmasa da, bitmiş sistemin bu yeteneğe sahip olacağını, savunmanın, "koşmayı öğrenme-

den önce yürümeyi öğrenmekte olduğunu" söylüyorlar. Ama Başkan'ın kararı öncesi yürütülecek testler gerçekçi karşı önlemler içermeyecekler ve bu tür testler de en azından 2005 yılından öncesi için planlanmıyor. Dolayısıyla Pentagon'un, yürümeye yeni başlayan çocuğunun bir mayın tarlasındaki ilk adımlarından sağ çıkmayı başarıp başaramayacağını bilmesinin yolu yok.

Başkan, Pentagon'un ulusal füze savunma sisteminin karşı önlemlerle başa çıkabilecek yeteneğe sahip olduğu hakkındaki dayanaksız iddialarına dayanarak bir konuşlandırma kararı vermemelidir. Pentagon, bizim değerlendirmemizle aynı fikirde değilse, neresinin yanlış olduğunu da açıklamalıdır. Ve sonra da, önleme testleriyle, sistemin gerçekçi karşı önlemlerle başa çıkabileceğini göstermelidir. Başkan, yalnızca inandırıcı bir tehdide karşı başarıyla ve defalarca denenmiş bir sistemin konuşlandırılmasına onay vermelidir.

Fizikçi Lisbeth Gronlund, Duyarlı Bilim İnsanları Birliği ve MIT Küresel Güvenlik Programı'nda görevlidir. Kurt Gottfried ise Cornell Üniversitesi'nde fizik profesörü ve Duyarlı Bilim İnsanları Birliği yönetim kurulu başkanıdır.

Chicago Tribune gazetesinde 4 Mayıs 2004 tarihinde yayımlanmış olan aşağıdaki op-ed ise çok farklı bir yaklaşım sergilemektedir. Ithaca Üniversitesi'nde biyolog olan Sandra Steingraber, bir plastik tesisinin neden olduğu hava kirliliği sorunlarıyla boğuşmakta olan küçük bir Illinois kasabasını anlatmak için sohbet şeklinde bir anlatım tarzı kullanıyor ve yazının üçte birini geçene kadar da esas noktasını, yani tesisin yeniden yapılmasına karşı olduğunu ve polivinil klorür (PVC) kullanımına son verilmesini savunduğunu söylemiyor. Bu, op-ed editörlerinin önerilerine aykırı olsa da yazı, giriş bölümünün çizdiği, zehirli hava kirliliği sorunlarıyla boğuşan küçük kasaba imajıyla okuru ko-

nunun içine çekmesi açısından yine de etkili olmayı başarıyor. Ve bunların tümünü kişisel bir bakış açısından yapıyor, üstelik yazar orada büyümemiş, hatta hiç yaşamamış olsa da. Sonunda, op-ed başarılı oluyor çünkü iyi yazılmış, anlaşılması kolay, ilginç ve güçlü bir duruş sergileyip, bir eylem çağrısında bulunuyor. Daha alışılmış bir tarzda yazılmış olsaydı, bu kadar başarılı olabileceğini düşünmek zor.

ILLIOPOLIS: FELAKETİN MERKEZİ ÇEVRESEL BİR TEHLİKE

Illinois eyaletinin ortasında, büyüdüğüm kasabaya çok fazla kimse taşınmazdı. Onun için, yanımızdaki eve yeni bir aile taşındığı zaman, kardeşimle birlikte eşyalarını taşıyan kamyonun gelişini heyecanla izlemiştik. Yaklaşık bizim yaşlarımızda bir kız ve oğlan çocuğu, merhaba demek için bize doğru geldiler.

"Indianapolis'ten geliyoruz," dedi kız. Bunu, sanki bir meydan okuma gibi söylemişti.

Ağabeyi de söze girdi. "Indiana'nın merkezinde." Sonra, Illiopolis diye bir yer olmadığı hakkında bir espri yaptı ve her ikisi de güldüler.

Daha kozmopolit yetişmiş bir çocuk olsaydım, tam tersine, diyebilirdim. Ve elimle güneyi, 121 numaralı yoldan dosdoğru giderseniz varacağınız gerçek Illiopolis şehrini işaret edebilirdim.

Eh, Illiopolis köyü de diyebiliriz. 900'ün biraz üstünde bir nüfusla, Illiopolis, Indianapolis ile aynı saygınlığa sahip olmayabilirdi ama, eyaletin tam merkezinde olduğunu iddia edebilirdi. Çünkü, kurucuları böyle tasarlamışlardı.

23 Nisan akşamı, Illiopolis bir anlamda daha merkezi bir rol üstlendi –sözcüğün "sıfır noktası" anlamında– Formosa Plastics Corporation adlı şirketin fabrikasında dört işçiyi öldüren, havaya 70 metrelik bir "alev bulutu" gönderen, elektrikleri kesen, karayollarını kapatan, orada yaşayan tüm nüfusu evlerini boşaltmaya zorlayan ve Tayvan'ın başkenti Taipei'den İngiltere'deki Liverpool'a kadar manşetlere çıkan bir patlamayla.

Artık o büyük ateş topları tüten birer erimiş plastik tepeciklerine dönüştüğüne göre, bundan sonra olacaklar hakkında görüşmeler de başladı. Sahipleri, tesisi yeniden yapacaklarını söylerlerken, Cumhuriyetçi meclis üyeleri de, tesisin kendi zehirli küllerinden yeniden doğması için eyalet kasasından para bulmaya söz verdiler. Üç büyük nedenden ötürü, bu bir hata olur.

Birincisi, bir polivinil klorür (PVC) reçinesi üreticisi olarak Illiopolis Formosa tesisi, Illinois eyaletindeki en büyük çevre kirleticilerden biridir. İki yıl önce, yazar Becky Bradway tarafından yazılan ve bir çevre katili olarak uzun geçmişini belgeleyen bir makaleye konu olmuştu. 2002'de *E: The Environmental Magazine* adlı yayında yazdığı, "Kötü Haber: Komşumuz Kimyasal Tesis" başlıklı yazısı gizemli balık ölümlerini, yinelenen kimyasal kazaları ve bölge halkı arasında görülen kanser olaylarını anlatıyordu.

Çevre Koruma Dairesi'nin Zehirli Atıklar Dökümü web sitesine göre tesis, sadece 2001 yılı içinde havaya 18.500 kilodan fazla vinil klorür saldı. Vinil klorür bilinen bir karsinojen olup, aynı zamanda doğum kusurları ile de bağıntılandırılır. Aynı yıl, Illiopolis Formosa tesisi, vinil klorür salımı açısından Çevre Koruma Dairesi tarafından tüm ülkede dördüncü sırada gösterildi.

İkinci olarak, Formosa Plastics Corporation'ın son derece kötü bir çevresel sorunlar geçmişi vardır. Çevre Koruma Dairesi'ne göre, Formosa'nın Delaware'deki PVC tesisinin altındaki yeraltı suyu, çözücü ve yağ sökücü kimyasallarla "ileri derecede kirlenmiş"tir.

1990'lı yıllarda, bazı ticari karides avcıları, dikkatleri Formosa'nın Meksika Körfezi kıyılarının ekosistemini mahveden Texas'daki tesisi üzerine çekebilmek amacıyla açlık grevlerine ve tekne batırma eylemlerine başvurmuşlardı. Ve Çevre Koruma Dairesi'ne göre, bu şirketin Louisiana tesisi de ürkütücü miktarlarda dioksin salmaya devam ediyor.

Tayvan'da, şirketin işlediği çevresel suçlar, gösterilere neden oldu.

Üçüncü ve son olarak, PVC'nin artık bir geleceği yok. Pek çok sağlık ve çevre sorunundan ötürü, PVC artık tıbbi gereçlerden yapı malzemelerine kadar her türlü kullanımdan kaldırılmakta. PVC, sadece üretimi tehlikeli bir madde olmakla kalmayıp (Illinois'de ölen işçilerin, yürürken kıvılcım çıkartmamak için, özel yapılmış çivisiz ayakkabılar kullandıklarını unutmayın), kullanılabilir hale gelmesi için ağır metallerle dengelenip pis kokulu ve zehirli yumuşatıcılarla doldurulması gerekiyor.

Vinil döşemeler ve duvar kaplamaları, çocuklarda görülen astım olayları ve büro çalışanlarındaki solunum rahatsızlıkları ile ilişkilendirilmiştir. Vinil storlar ev tozuna kurşun katarlar. Ev yangınlarında, vinilin saldığı siyah ve yoğun duman ile hidroklorik asit ev sakinleri için olduğu kadar itfaiyeciler için de ölümcül olabilir. Ve PVC, geri dönüşümü zor olan bir maddedir.

Tüm bu nedenlerden dolayı, PVC'nin bazı Avrupa ülkelerinde bir yapı maddesi olarak kullanımı kısıtlandığı gibi, Kuzey Amerika'da da sayıları giderek artan mimar ve tasarımcı PVC kullanımından kaçınmaya başlamıştır. ABD Yeşil Yapı Kurumu yapılarda "vinil kullanmama" primi vermeyi düşünmektedir. Sağlıklı Yapı Grubu tarafından da desteklenen bu girişim, Avustralya'da gerçekleştirilmiştir.

Uzun süredir cefa çeken Illiopolis artık felaketlerin değil, çevresel sağlığın merkezinde olmayı hak etmektedir. Yeşil yapıların, inşaat sektöründe en hızlı büyüyen alan olduğunu ve Chicago belediye başkanı Richard Daley'in Chicago'yu yeşil binalar için model bir kente dönüştürmek yolunda vermiş olduğu sözü de göz önüne alarak, Illiopolis tesisinin hâlâ dumanları tüten enkazı da neden işçi dostu ve çevreci ürünler için bir üretim merkezine dönüştürülmesin?

Sandra Steingraber bir biyolog ve Living Downstream: An Ecologist Looks at Cancer and the Environment *(Nehrin Akış Yönünde Yaşamak: Bir Çevrebilimcinin Kansere ve Çevreye Bakışı) adlı kitabın yazarıdır. Pekin, Illinois'de yaşayan yazar, Ithaca Üniversitesi'nde öğretim üyesi.*

Steingraber'in yazısı, op-ed yazarken yaratıcılığa da yer olduğunu gösteriyor ama bu kural değil, istisnadır. Bilim insanlarının yazacağı op-ed'lerin çoğu, bu bölümde daha önceden belirtmiş olduğumuz kurallara uygun olarak yazılmalı.

Aşağıda, *San Jose Mercury News* gazetesinin yazım kılavuzundan alınan alıntılar, bir op-ed yazarken söylemeniz ve söylememeniz gerekenler hakkında daha başka ipuçları ve örnekler veriyor: [6]

Yazım İpuçları

Savlarınızı olgular, yetkililerden alıntılar ve örneklerle destekleyin.

Örnek: Polis raporlarına göre, gençlerle ilgili sokağa çıkma yasağı yasası bir yıl önce yürürlüğe girdiğinden beri, gençlerin işlediği ciddi suçların sayısında % 10, duvara yazı yazma olayları sayısında ise % 45 düşüş görüldü. "Gençlerin işlediği suçların çoğu anlık bir dürtü sonucudur," diyor polis şefi John Kelly. Gençleri sokaklardan ve baştan çıkartıcı dürtülerden uzak tutmak, çoğunun başını belaya girmekten kurtarıyor.

Polis memurları sokağa çıkma yasağına uymayan gençleri polis merkezlerine götürüyorlar. Çocuklar burada, onları evlerine götürecek bir ebeveynin gelmesini beklerken, bir yandan da sosyal hizmet görevlileri ile konuşuyorlar. Gece saat 02.00'de sokakta arkadaşlarıyla gezerken yakalanan 14 yaşındaki bir çocuk, görevli memura, "Kimsenin beni düşündüğünü sanmıyordum," demiş. Görevliler, çocuğun annesine "Ergen Çocuk Büyütmek" adlı bir programın varlığından söz edince, kadın programa katılmayı ve çocuğuyla daha fazla ilgilenmek için çaba harcamayı kabul etmiş.

Belirgin olun.

Belirsiz örnek: Birçok genç, gece dışarıda kalıyor.

Belirgin örnek: Düzinelerle ortaokul ve lise öğrencisi, gece yarısından sonra 10. Cadde'deki marketin dışında görülüyorlar.

Karşı tarafın savlarının neden yanlış ya da sizinkiler kadar güçlü olmadıklarını açıklayın. Alaycı olmaktan kaçının.

Örnek: Sokağa çıkma yasağını eleştirenler, toplanan çocukların çoğunun Latin kökenli olduklarından şikâyetçi olup, yasanın uygulama alanı olarak Latin Amerikalıların yaşadığı bölgelerin seçildiğini söylüyorlar.

Ama bu ırkçılık değil. Gençler hakkındaki şikâyetlerin çoğu bu bölgelerden geliyor; dolayısıyla, gençlerin işlediği suçlardan dolayı en fazla tutuklanma da buralarda oluyor. Bu mahallelere odaklanmak mantıklı bir hareket. Ek olarak, bu programın cezalandırıcı nitelikte olmadığını da unutmamak gerekir. Çocukları, tutuklanmadan önce sokaklardan uzaklaştırmak ve anne baba-

lara çocukları üzerinde yeniden söz sahibi olmaları için yardımcı olmak amacıyla tasarlanmış bir program.

Karşı tarafın da haklı olduğu noktalar olabileceğini kabul edebilirsiniz.

Örnek: Irkçılığa Karşı Olan Anne Babalar adlı grup, yasaların adil olarak uygulandığından emin olmak için, sokağa çıkma yasağı uygulamasını gözlemleyecekler. Bu yararlıdır. Halkın desteğini de alabilmek için, sokağa çıkma yasağının adil olduğu görülmeli.

Kendinizi yinelemeyin.

İlk defasında tam olarak istediğiniz gibi söyleyemediniz diye, her şeyi iki ya da üç defa söylemeyin. Yinelemeler okuru bıktırır. Onun için, kendinizi yinelemekten kaçının.

Aşikâr olanı okura söylemekten kaçının.

Eğitimin iyi bir şey olduğunu ya da nükleer savaşın kötü bir şey olduğunu söyleyerek okurların zamanını harcamayın. Onun yerine, onlara daha iyi bir eğitimin ya da daha güvenli bir barışın nasıl sağlanabileceğini anlatın.

Yazınızda klişe sözleri bulun.

Ve onları çıkartın. Klişeler kısa açıklamalar olarak işe yararlar, ama op-ed'lerde değil.

Birinden, yazdıklarınızı okumasını isteyin ve dediklerinizin ve verdiğiniz örneklerin yeterince açık olup olmadıklarını sorun.

Siz büyük olasılıkla anlıyorsunuz ama işin sırrı başkalarının sizi anlamalarını sağlamaktır.

Yararlı bir alıştırma:

Kullandığınız her sözcük için bir dolar ödemek zorunda olduğunuzu düşünün. Okurlarınıza yararlı bir bilgi ya da yeni bir

fikir verdiğiniz her zaman da 10 dolar kazanıyorsunuz. Şimdi, yazdıklarınıza bir göz atın. Her bir sözcük bir dolar ediyor mu? Zarar mı ediyorsunuz? Kullandığınız her sözcük ve her tümce, demek istediğinizi anlatmak için gerekli olmalı. Bir sözcük üzerine düşeni yapamıyorsa, atın onu.

Gereksiz sözcüklerle bir örnek: Gerçek şu ki, kendisine kurul tarafından bunu yapmasını gerektiren bir soru sorulmadıkça, Campbell bu tartışma içinde Estruth'dan hiç söz etmedi.

Aynı örneğin gereksiz sözcüklerden arındırılmış şekli: Kuruldan gelen bir soru gerektirmedikçe, Campbell bu tartışmada Estruth'dan hiç söz etmedi.

Bir başka yararlı alıştırma:

Bitirdiğinizi düşündüğünüz zaman, yazınızı yüksek sesle okuyun. Kulağa hoş gelmeyen sözcükleri ve gereğinden uzun cümleleri arayın. Kulağınıza iyi gelmiyorsa, okurken de hoş olmayacaktır.

Kötü başlangıçlar:

Giriş cümlesi okurda devam etme isteği uyandırmalı. İşte, bunu pek başaramayan ve üstelik profesyonel köşe yazarları tarafından yazılan bazı başlangıçlar. (Bu yazılar yayımlanmadı).

> Vietnam Savaşı ile ilgili kesin olarak bildiğimiz tek bir şey varsa, o da tarihçiler, gazeteciler, politikacılar ve askeri strateji uzmanları arasındaki tartışmaların asla son bulmayacağıdır. Anıtlar dikilecek, anılar yazılacak ve devlet adamları gerekli derslerin, çok şükür, alınmış olduğunu ileri sürecekler. Ama bu işleri halletmeyecek: Henüz bu derslerin ne olduklarını bilmiyoruz ve kimin haklı, kimin haksız olduğuna da karar vermedik.

Bu op-ed yazısının ilk paragrafı bize zaten bildiğimiz bir sürü şey söylüyor. İkinci paragraf da bunları doğruluyor. Bu iki pa-

ragrafın satır aralarını okuduğunuzda, gerisini okumak istemediğinize karar veriyorsunuz.

Bir oylama yapsaydık, çoğu insan en sevdiği mevsimin ilkbahar olduğunu söylerdi. Anımsayabildiğim kadarıyla, benimki her zaman sonbahar olmuştur.

Sıcak, böcek dolu ağustos günleri ve gecelerine dayanma gücü bulmak için serin ekim sabahlarını, sarmaşıkların üzerine düşen kırağıyı, mevsimin ilk sabah ateşini ve ormanda yeni dökülmüş yaprakların oluşturduğu halı üzerinde yürüyüşleri düşünürüz.

Bu kadar hafif bir konuyu okumaya değer bir hale getirmek için dâhi bir yazar olmak gerek.

ABD bombardıman uçağı Enola Gay, 6 Ağustos 1945'te bomba kapaklarını Japonya'daki Hiroşima kentinin üzerinde açıp, dünyanın ilk atom bombasını bıraktığı zaman, ben bir yaşındaydım.

Bu giriş, bize zaten bildiğimiz bombalama tarihinin yanında, bir şeyler daha söylemeliydi.

Washington'daki tüm bu denk bütçe konuşmaları beni rahatsız ediyor. Ama bu, bütçe açığı hakkındaki endişelerimden kaynaklanmıyor. Daha bunun ne anlama geldiğini bile bilmiyorum.

Konuyu siz araştırmadıysanız, okurlarınızın söylediklerinizi takip etmelerini beklemeyin.

Oklahoma şehrindeki bombalama olayından birkaç gün sonra Başkan Clinton, kamuoyundaki tartışmaları zehirleyen "gürültülü ve öfkeli sesleri" kınadı. "Bunlar nefret saçıyorlar," dedi. "Sanki şiddetin kabul edilebilir olduğu izlenimini veriyorlar."

Sonra, bombalama olayından dolayı "kızgın beyaz adamların en kızgınlarını" suçlayan ve bu suçlamasına Temsilciler Meclisi çoğunluk lideri Bob Dole'u ve Başkanı Newt Gingrich'i bile dahil eden köşe yazarı Carl Rowan devreye girdi. Bu arada, The New Republic gazetesinde ukala bir manşet, "Newt bunu yaptı mı?" diye sorup, ardından da, "Hayır, ama açıklaması gereken çok şey var," diyordu.

Clinton'ın açıklamaları o kadar kötü hazırlanmıştı ki yardımcıları, özellikle birini kastetmediğini ve belli bir televizyon söyleşi programı sunucusundan bahsetmediğini açıklamak zorunda kaldılar.

Zaten gazetelerde çıkmış olan şeyleri özetlemeyin. Görüş yazınızda geçmiş bilgisi vermek istiyorsanız, bunu sağduyulu bir şekilde, görüşünüzü belirttikten sonra yapın.

ABD tarihinde, bu yıl Oklahoma şehrindeki Federal Ofis Binası'nın bombalanmasından daha belirleyici bir an olabileceğini düşünmek zor. Bu facianın bir sonucu olarak, ulusal tepkiler ve kamu politika tartışmaları halen sürmekte.

Bu giriş paragrafında hiçbir görüş belirtilmemiş.

Mükemmel bir örnek:

Eleştirel olduk. Kötü örnekler gösterdik. İşte bir tane de güzel örnek. Bir öğrenci tarafından, bizim "Her Günkü Uzmanlar" bölümümüz için yazılmıştı. Konu hakkındaki kişisel bilginin ve

dilin mükemmel ve akıllıca kullanımına ve özel okulların, devlet okullarından üstün olduklarını vurgulayan ana noktayı sürekli desteklemesine dikkat edin.

Hayatımda ilk defa özel bir okula gidiyorum. Geçen yıl, bir Lise 1 öğrencisi olarak, iyi tanınan ve öğrencileri standartlaştırılmış testlerde yüksek notlar alan bir devlet okuluna devam etmiştim. Ama bu istatistikler ne yazık ki kalabalık sınıfları, emeklilikleri henüz gelmediği için görevlerinden alınamayan yeteneksiz öğretmenleri ve koridorlardaki şiddeti ve uyuşturucu kullanımını yansıtmıyor.

Bütün derslerimden "A" aldım ama soru soracak olduğum zaman, bir öğretmenimin de açıkça söylediği gibi, "notları benimkiler kadar iyi olmadığı için daha fazla yardıma gereksinim duyan" öğrencileri beklemek zorunda kalıyordum.

Devlet okullarının bir diğer sakıncası da, öğrenci-öğretmen programıdır. İnsanların öğretmenlik yapmayı öğrenmek zorunda olduklarını anlıyorum ama, bir dönem boyunca İngilizce dersleri, bize *Fareler ve İnsanlar*'ı ve başka kitapları yüksek sesle okutan bir kadınla geçti. Lise 1'e gelmiş insanların artık kendi başlarına okumayı öğrenmiş olduklarını ve İngilizce derslerinin kitapların okunduğu değil tartışıldığı yer olması gerektiğini düşünüyordum.

En ürkütücü olanı da, okulda hüküm süren şiddet ve uyuşturucu kullanımıydı. İspanyolca sınıfımdaki bir çocuk okul içinde uyuşturucu satıyordu. Okulumuzda, sözde, uyuşturucu veya şiddete karışan herhangi bir öğrencinin okuldan otomatik olarak atılacağına dair "sıfır tolerans" politikası olduğu halde, bu çocuk yakalandığında sadece üç gün uzaklaştırma cezası aldı. Bu yıl, başka bir çocuğu komaya sokacak kadar kötü döven bir çocuk olduğunu duydum. Bu çocuk da beş gün uzaklaştırma cezası aldı.

Devlet okullarının, diğerlerine kötü örnek olan çocuklar üzerinde hiçbir kontrolü yok ve gerçekten bir şeyler öğrenmek isteyenler de arada kaynıyorlar.

Bu yıl, eski okulumun üçte biri büyüklükte olan özel okulumda, sınıflardaki öğrenci sayısı 14 ile 17 arasında. Öğrencilerin hepsi derslerine hazırlanmış ve öğrenmeye hevesli olarak geliyorlar. Öğretmenler, tüm öğrencileri zorlamaya yönelik eğitim veriyorlar ve ihtiyaç duyanlara da ayrıca yardım ediliyor.

Tabii ki, okulda bir miktar şiddet ve uyuşturucu olayı var, ama suçlular yakalandıklarında hemen okuldan atılıyorlar. Özel okullar, öğrencilerinin yaratıcılığını ve öğrenme isteğini bastırmıyorlar. Bizlere, eylemlerimizin sorumluluğunu yüklenmek zorunda olduğumuz güvenli bir ortam sağlıyorlar.

Devlet okulları, ergenler için birer gündüz bakım yuvası haline gelmiş durumdalar. Öğrencilerin ise, geçer not almak için okula gitmeleri yeterli.

Op-ed'inizi Yayımlatmak

Gazeteler tek bir yazıya çok yer vermede daha seçici davrandıklarından, bu konuda daha yüksek standartlara sahiptirler. Dolayısıyla, bir op-ed'i yayımlatmak, bir Editöre Mektup'u yayımlatmaktan daha zordur. Editöre Mektup gibi, op-ed'inizi yayımlatma şansınız da, gazetenin büyüklüğüne bağlıdır. *Chicago Tribune* gazetesine gönderilen op-ed'lerin redaksiyonunu yapan Marcia Lythcott, "Günde yaklaşık 75 ile 100 arası yazı okuyorum," diyor.[7] *Topeka Capital-Journal* ve *Bangor Daily News* gibi daha küçük gazeteler ise, çok daha az yazı alırlar.

Yazınızı göndermeyi düşündüğünüz gazeteyi arayıp, yazıyı nasıl ve kimin dikkatine göndereceğinizi, sözcük kısıtlamasının

ne kadar olduğunu ve kişisel bilgileriniz dışında başka ek bilgi isteyip istemediklerini sorun. Robert Whitcomb, gazeteye bir yazı göndermenin en iyi yolunun e-posta ile olduğunu ve yazının metnini içeren dosyayı e-postaya ek bir belge şeklinde göndermek yerine, metnin kendisini e-postanın içine koymak olduğunu söylüyor. "[Bir yazıyı] göndermenin en kötü yolu fakstır, çünkü genelde bulanık ve okunmaz olurlar." Yazıyı gönderdikten birkaç gün sonra, yazıyı yayımlamakla ilgili niyetini anlamak için op-ed editörünü aramalısınız.

Op-ed'ler Neden Başarısız Olurlar?

Birçok bilim insanı, op-ed'lerinin yayımlanmamasından dolayı uğradıkları hayal kırıklığını dile getirmişlerdir. Yazılarını yazmak ve düzeltmek için saatlerini harcadıktan sonra, gazete ardına gazeteden ret cevabı almışlardır. *Baltimore Sun* gazetesinden Richard Gross, op-ed'lerin yayımlanmamalarının ardında birkaç temel neden olduğunu söylüyor. "Kötü bir ifade, çok uzun olması (800 sözcükten fazla), savın çok kötü bir şekilde sunulmuş olması, ilginç olmaması, sıkıcı olması." Sık sık yinelenen bir diğer sorun ise, kullanılan dilin anlaşılabilir olmaması. "[Bilim insanları] genel bir gazete okur kitlesi için yazıyorlar, *Scientific American* dergisi için değil. Yazdıklarınızı okur için anlaşılabilir yapın." William Collins daha da ileri gidiyor ve şöyle diyor: "Herhangi bir konuda yazılmış op-ed'lerin basılmamalarının temel nedenleri, yetersiz hedeflenmiş olmaları. Her pazarlama olayında olduğu gibi, ürün belirli bir kitleyi hedef almalı ve bu kitleye göre tasarlanmalı. Örneğin, hiç kimse, *Science* dergisinde yayımlanması uygun bir yazıyı *Dodge City Daily Globe* gazetesine (ya da tersi) göndermez. Benzer şekilde, aynı yazının hem *Dodge City Daily Globe*, hem de *Boston Globe* için uygun olması pek olası değildir."

Basın Toplantıları

Bir basın toplantısı bir ila dört kişinin, haber değeri olan bir şeyi duyurmak ya da basında yer almış bir habere yanıt vermek

için, bir grup gazetecinin önünde konuştukları önceden hazırlanan bir olaydır. Basın toplantıları bugünlerde her yerde karşımıza çıkıyor: Bir futbol takımı yeni bir yıldız oyuncu transfer ettiği zaman, hüküm giymiş bir sahne sanatçısı masumiyetini savunurken ya da bir siyasi aday bir açıklama yaparken hep bir basın toplantısı yapılıyor. Ve tabii ki, bir araştırma ekibi yeni buluşlarını açıklarken de bilimsel basın toplantıları yapılır.

"Bir basın toplantısı çok emek-yoğun bir olaydır," diyor Cater Communications'dan Morrow Cater. "Gerekli malzemeyi üretmek, mesajları hazırlamak, konuşmacılar arasında eşgüdümü sağlamak ve toplantıya katılmaları için basını teşvik etmek korkunç emek ister." Medyayı katılmaya yöneltmenin ise, en zor işlerden biri olduğunu söylüyor. "Basını ayarlamak saatlerinizi alır –ve sadece haber vermek için değil, katılmaya ikna etmek için de defalarca aramanız gerekir."

Yapılması gereken tüm işlere bakınca, bir basın toplantısı düzenlemek isteyip istemediğinizi iyice düşünmelisiniz. Her şeyden önce editörler, gazeteciler ve TV yapımcılarının önemli, olağan dışı veya ilginç bulacağı bir araştırma ya da görüşünüzün olması gerekiyor. Çok gerekli olmasa da, etkinliğinizin bir konu hakkında normal olarak aynı görüşleri paylaşmayan uzmanları veya kişileri bir araya getiriyor olması oldukça yardımcı olur. Kendinize, bu etkinliğin televizyon muhabirlerini çekip çekmeyeceğini sorun. Yazılı basın muhabirleri, bir gazete ya da dergiye yazı hazırlamak için bürolarından ayrılmak zorunda değillerdir. Televizyon muhabirleri ise, mutlaka bir video filmine gereksinim duyarlar. (Muhabirlerin basın toplantınıza katılacaklarından kuşkunuz varsa, elinizdeki malzemeyi onlara posta veya e-posta ile gönderip sonra da onlarla telefonda görüşmek de aynı derecede etkin olabilir.)

"Televizyon haberlerine girebilmek için, haberinizle ilgili dikkat çekici görüntüler ya da haberi görsel olarak anlatmak için bir yolunuzun olması gerek," diyor Cater. "Bazı insanlar, basın toplantısının kameralar için görüntü sağladığını ve böylece sorunu çözdüğünü düşünerek hata yaparlar. Bu sadece bir noktaya

kadar doğrudur –basını, basın toplantısına getirebilmek için elinizde gerçek bir haber olması gerekir."

Aynı bir basın bülteni gibi, bir basın toplantısı da ana mesajlarınızı ve konuşma noktalarınızı, muhabirlerin alıntılayabilecekleri ve haber yapabilecekleri bir biçimde sunduğunuz bir yerdir. Kısa ve öz konuşun ve araştırma ya da görüşlerinizi dikkat çekici ve anlaşılır yapın; mesajlarınızı verirken, konuşmanıza kısa açıklamalar serpiştirin. Bir basın toplantısında asla dörtten fazla konuşmacı bulundurmayın. Sadece iki konuşmacı varsa, beşer ya da altışar dakikadan uzun konuşmamalıdırlar. Üç ya da dört konuşmacı varsa, kişi başına üçer ya da dörder dakika konuşmalıdırlar. Muhabirlere, basın toplantısı içinde mümkün olduğunca erken soru sorma fırsatı verilmelidir.

Bir Basın Toplantısına Hazırlanmak

Etkinlikten önce, ana mesajlarınızı ve konuşma noktalarınızı içeren *mesaj pusulanızı* oluşturun. Birden fazla konuşmacı olacaksa, her konuşmacı sunumunun ana odağı olarak bu mesajlardan bir ya da ikisini seçmelidir. Bir beyin fırtınası yaparak, muhabirlerin sorabileceği tüm soruları düşünmeye çalışın ve daima konuşma noktalarınıza köprü atmayı hedefleyerek yanıtlarınızı hazırlayın. Mümkünse, basın toplantınızı sabah saat 10.00 ya da 11.00'e koymaya çalışın. Bu, gazete ve televizyon muhabirlerine, haberlerini akşam haberlerine ya da ertesi günün gazetesine yetişecek şekilde hazırlamak için yeteri kadar zaman sağlayacaktır.

Basın toplantınızı, haberinizi anlatmanızda yardımcı olacak bir yerde yapın. Örneğin, etkinliğinizin konusu deniz seviyesindeki yükselme ise, etkinliği bir rıhtımda yapın; bir politika konusu ile ilgiliyse, etkinliği bir hükümet binası önünde yapın (bunun için önceden izin almanız gerekebilir); üniversite destekli bir araştırmanın sonucunu açıklıyorsanız, etkinliği bir üniversite binasında yapın. Yalnız, etkinlik mutlaka muhabirlerin kolaylıkla erişebilecekleri bir yerde yapılmalı. Washington, DC'de, birçok özel ve kâr amacı gütmeyen grup basın toplantılarını, muha-

birler o binada ya da yakınlarda çalıştıklarından dolayı, Ulusal Basın Kulübü'nde yaparlar. Başka merkezi bir yer yoksa, otel konferans salonları da iyi bir seçenektir. Fazla sayıda televizyon muhabiri ve kameramanın katılımını bekliyorsanız uzun bir kablo ile konuşmacı mikrofonuna bağlanıp, muhabirlerin sahneden uzak bir yerde kendi ses kayıt cihazlarını bağlamalarına olanak veren bir aygıt bulunmasını mutlaka sağlayın.

Basın toplantınız için bir yer ayarlayıp, saatini de belirledikten sonra, etkinlikten bir hafta önce muhabirlere bir bilgilendirme notu gönderin ve bir ya da iki gün önce bunu tekrarlayın. Bilgilendirme notu, basın toplantısı hakkındaki tüm lojistik ayrıntıları verir ve etkinliğin neden haber değeri olacağı hakkında (haberin kendini afişe etmeden) çok kısa bir tanıtım parçasını içerir. Bilgilendirme notunu yerel ya da bölgesel Associated Press ve Reuters bürolarına da gönderin ve bunun gündem defterlerinde (bölgenizdeki diğer medya kuruluşları ile paylaştıkları ortak etkinlik takvimi) yer almasını talep edin. Siz ya da kuruluşunuzun basın görevlileri sonra basın toplantısına katılmalarını istediğiniz önemli muhabirleri arayıp, bilgilendirme notunu aldıklarını teyit ettikten sonra, katılımlarını sağlamalısınız.

Basın Toplantısı Günü

Basın toplantısının olacağı gün, siz (ya da kuruluşunuzun basın görevlilerinden biri) toplantıdan bir saat önce gelip, salonun uygun bir şekilde düzenlendiğini kontrol etmelidir. Ayrıca, gelen muhabirlerin adlarını almak için de bir katılım listesi bulundurun.

Bir sunucu (kuruluşunuzdan biri ya da bu fazladan role itirazı yoksa, ilk konuşmacı) konuşmacıları kısaca tanıtmalı ve etkinliğin önemini özetlemelidir. Bunu takiben, her konuşmacı sırayla, geçmiş bilgisi ve konuşma noktalarıyla birlikte kendi ana mesajını iletmelidir. "Her zaman, en iyi olasılıkla, televizyon ekranlarında en fazla 10-15 saniye görüneceğinizi düşünerek konuşmalısınız," diyor Carter. "Cümlelerinizi kısa ve etkileyici, düşünce-

lerinizi inandırıcı ve özlü, dilinizi ise jargondan uzak tutun. Her zaman, sokaktaki insana yönelik konuşmalısınız."

Son konuşmacıdan sonra, sunucu muhabirleri soru sormaya davet etmelidir. Sorusu olan muhabirlerden, kendilerini ve çalıştıkları medya kuruluşunu tanıtmalarını isteyin. Muhabirler önceki sorularla bağlantılı sorular sorabilmeli, ancak tek bir muhabirin tüm oturuma hükmetmesine izin verilmemelidir. Her muhabire, konuşmacılara soru sorma olanağı sağlanmalıdır.

Son olarak, bir basın toplantısının bir saati geçmesine asla izin vermeyin. Muhabirlerin işleri çoktur ve çok uzun konuşursanız bu, araştırmanızı kısaca açıklama konusunda başarısız olduğunuz anlamına gelir. Çoğu basın toplantısı otuz ila kırk beş dakika içinde bitirilebilir.

Telefonda Basın Toplantıları

Televizyon muhabirlerinin değil de, daha çok sayıda yazılı basın muhabirinin ilgisini çekecek bir haberiniz varsa, basın toplantınızı telefonla yapmayı düşünebilirsiniz. Telefonla yapılan basın toplantıları, aynı anda pek çok muhabirle konuşmak için uygun bir yoldur –özellikle, açıkladığınız bilgiler bölgesel ya da ulusal niteliğe sahip iseler ve muhabirler çok farklı medya kuruluşlarından geliyorlarsa. Telefonda basın toplantısı da, bilgilendirme notundan konuşmacılara ayrılan zamana kadar, canlı bir basın toplantısına benzer bir şekilde duyurulup, sunulur. Ancak, telefonda basın toplantıları canlı bir etkinliğin enerjisine sahip olamayabileceklerinden, burada önemli olan kısa sunumlar yapmak ve kısa yanıtlar vermektir.

Çağrınıza hazırlanmak için, etkinlikten bir hafta önce bir telekonferans bağlantısı şirketiyle temasa geçin ve bir telefon numarası ile muhabirler için bir erişim şifresi edinin. Etkinlik gününde, muhabirler ilk aradıklarında, sadece konuşmacıları dinleyebiliyor olduklarından emin olun; basın toplantısı sorulara açılana kadar onların seslerini kapatabilirsiniz. Soru sormak isteyen muhabirler, telefonlarında belirli bir tuşa basıp sıraya girebilirler.

Görsel Malzeme

Yazılı basın, haberleri resimlerle süslemeyi tercih eder; onun için, verilerinizi ve bulgularınızı ilginç grafikler ve görsel malzemeyle birlikte sunmak için çalışmalısınız. İstatistik bilgileri, anlaşılmaları daha kolay bir biçimde bir çizelge ya da başka bir şekilde hazırlamışsanız, bunları basın toplantısı sırasında, tanışma toplantılarında, hatta e-postalarla muhabirlerle paylaşın. Benzer şekilde, ilginç fotoğraflarınız varsa bunu onlara söyleyin ya da muhabirleri çağırıp bazı şeyleri kendi gözleriyle görmelerini sağlayabilirsiniz.

Araştırmanızla veya araştırmanızdan etkilenen ya da yararlanan bölgelerle ilgili video görüntüleri varsa bunları, haberde kullanmaları için televizyon muhabirlerine verin (genelde beta formatındaki bantlarda verildikleri için, bu kayıtlar *B-kaydı* olarak geçerler). Haberde kullanabilecekleri ses kaydı da varsa, radyo muhabirleri de bu malzemeyle ilgilenebilirler. Hatta, bunları kanalın web sitesine bile koyabilirler.

Basın Setleri

Medya setleri olarak da bilinen basın setleri, bir muhabire posta veya e-posta ile gönderilen ya da elden verilen malzeme setleridir. Bir basın seti, aşağıdakilerden tümünü içerebilir:

- raporlar
- basın bültenleri
- geçmiş bilgi
- veriler
- uzmanların biyografileri
- diğer uzmanların iletişim bilgileri
- görsel malzeme (çizelgeler, grafikler ve fotoğraflar)
- Video görüntüleri
- Çalışmalarınızı ya da görüşlerinizi destekleyen kişilerden alıntılar

İster önemli bir rapor açıklıyor olun, ister sadece bir muhabirle bir tanışma toplantısına gidiyor olun, her zaman bir basın seti hazırlayın düşünün. Önceden, muhabirin konuyla ilgilenip ilgilenmediğini öğrenmeden, e-posta ile bir basın seti (elektronik basın seti olarak da bilinir) göndermeyin. Yoksa, tanınmayan kişilerden gelen iletiler ve e-posta virüsleri hakkındaki endişelerden dolayı, muhabir iletinizi okumadan silebilir.

Radyoda Konuşun

Radyo aracılığıyla iletişim, medya ile olan ilişkilerinizin önemli bir parçası olmalıdır. "Bilim camiası radyo ve radyo dinleyicisi ile olan iletişimini koparmamalıdır," diyor Caplan İletişim'den Aric Caplan. Pittsburgh'da, sabahları yayınlanan bir radyo söyleşi programının eski yapımcısı ve Güney Florida'daki bir söyleşi radyo istasyonunun program müdürü olan Caplan, "Radyo, uydu radyolarının gelişmesi ve internet radyosunun popülerliğinden dolayı, değerini koruyabildi," diyor. "Bunun sonucu olarak da, haber ve bilgi arayışı içinde olan dinleyici sayısında bir artış var. Fazladan, sadık dinleyicilerin halk radyolarına olan katkılarını da hesaba katın."

Kamu radyoları ve özel haber radyolarının hepsi de, haber programları ve farklı tartışma biçimlerinin (söyleşi radyosu) bir karışımını sunduklarından dolayı, izlemeye değerler. Basın bültenlerinizi bölgenizdeki hem kamu, hem de özel radyo istasyonlarına gönderin ve ardından izlemek için arayın. Bülteni, haber bölümlerinin dışında, çeşitli radyo programlarından sorumlu farklı kişilere de göndermeniz gerekebilir.

Radyo istasyonları arasında bir seçme şansınız varsa, öncelikle yerel National Public Radio istasyonuyla temasa geçmenizi öneririz. National Public Radio, genellikle özel söyleşi radyolarından daha uzun programlar hazırlaması nedeniyle, farklı bir konuma sahiptir. Uzun zamandır National Public Radio için bilim muhabirliği yapmakta olan Richard Harris, "İnsanları bana bir öykü anlatmaya ikna etmek hoşuma gidiyor," diyor. Birçok haber kuruluşu gibi National Public Radio da yeni ve ilginç

haberler peşinde koşar, ama özel radyolara kıyasla bilim haberlerinde genelde daha derine iner. Diğer haber kuruluşları gibi, National Public Radio'nun da bilim haberlerinin birçoğu *Science*, *Nature* ve diğer bilimsel yayınlardan hazırlanır. "Ellerinde gerçekten önemli bir şey olduğunu düşünen bilim insanları, öncelikle *Science* ve *Nature* dergilerine giderler," diyor Harris. "Onun için, bizler de en heyecanlı haberleri ararken, önce *Science* ve *Nature*'a ve [aynı zamanda] tıp dergilerine bakarız." Harris, kendininkini kadar geniş bir ilgi alanıyla, küçük bültenleri ve diğer üniversitelerden gelen araştırmaları takip etmenin çok zor olduğunu, ancak yine de, verecek bir haberi olan bilim insanlarını dinlemek istediğini söylüyor.

Radyo, halkla iletişime geçmek için harika bir yoldur, çünkü flaş haberler için en hızlı tepki süresini sağlar. Ve gazetelerden farklı olarak, çok çeşitli izleyici kitlelerine ulaşabilirsiniz. "Bugünkü radyonun en şaşırtıcı ve güçlü yanlarından biri de, daha çok azınlık grubuna ve az hizmet alan toplumlara ulaşabilmesidir," diyor Caplan. "Radyo dinleyicisi gruplar içinde en hızlı büyüyenler Afrikalı-Amerikan ve Latin kökenli dinleyicilerdir."

Daha geniş ulusal içerimleri olan bir haberiniz varsa, basınla ilgilenen personeliniz ya da halkla ilişkiler temsilciniz, bir "radyo turu" ayarlayabilir. Radyo turu, iş yerinizden ya da evinizden yürüttüğünüz bir dizi söyleşidir ve her söyleşi ülkedeki farklı bir radyo haber programında yayınlanır. Kısa bir zaman içinde geniş bir dinleyici kitlesine erişmenin çok etkili bir yoludur.

Uydu Televizyon Turları

Önemli bir çalışma ya da konu hakkındaki bir araştırmanızı iletmek için bir yol arıyorsanız ve geniş bir bütçeniz de varsa, mesajlarınızı yaymak için bir uydu televizyon turunu düşünebilirsiniz. Uydu televizyon turları, yapı olarak radyo televizyon turlarına benzer. Örneğin, Boston Üniversitesi'nde çalışan bir bilim insanı iseniz, Boston'daki bir televizyon stüdyosuna gi-

dip, uydu vasıtasıyla Memphis, Indianapolis ve ABD'deki diğer şehirlerde yayınlanacak bir söyleşi yapabilirsiniz.

Uydu söyleşilerinin birçok yararı vardır. "Bir televizyon uydu turu yaparak, şirket sözcüleri ve dolayısıyla şirketleri uçak ve konaklama masraflarından ve bürolarından uzakta geçirecekleri zamandan tasarruf ederlerken, aynı zamanda ülkeyi dolaşarak yorulmaktan da kurtulurlar," diyor Caplan. "Üç saatlik bir sabah seansı süresince, bir televizyon uydu turu, kişilerin 15 ile 22 arasında NBC, ABC, CBS ve FOX bağlantılı yerel televizyon kanalının seyircisine erişimini sağlar. Belli başlı yerel haber programlarında yapılan söyleşiler, sonra da *Today Show*, *Good Morning America* ve *Early Show* gibi programlara verilirler. Uydu televizyon seansları aynı zamanda, yeni üyelerin ve sponsorların da bulunabileceği yerel haberlerde de çıkarak, kuruluşunuzun prestijini arttırır."

Haber değeri olan bir konunuz olduğu, iyi bir yerel ya da bölgesel haber açısı sağladığınız (o toplumdaki insanların bunu neden önemsemeleri gerektiğini göstererek) ve görsel malzemeniz de olduğu sürece, birçok yerel televizyon kanalı sizinle ilgilenecektir. Sağlık, güvenlik ve ekonomi ile ilgili haberler bu muhabirler için genelde en çekici olanlarıdır.

Uydu medya turunu yılda sadece bir ya da iki kere yapmalısınız. "Yerel NBC, ABC, CBS ve Fox kuruluşları sık sık aynı kurum ya da üniversite ile çalışmayı izah edemezler," diyor Caplan. "Ve herhangi bir akademik ya da kamu politikası grubunun verebileceği bir haber de, yılda ikiden fazla televizyon uydu turunu hak edecek kadar mühim olmayabilir."

Uydu medya turları ucuz değildir. New York şehrinde ve Washington DC'deki yapım ajansları, bir uydu turu için 20.000 dolara yakın para isterler. Ek konuşmacıları kaydetmek için ikinci bir kamera ise fazladan bir 1500 dolara daha mal olur. Bu fiyatlara stüdyo kirası, yapım ekibi, makyöz, uydu yayın zamanı ve yayını uyduya göndermek dahildir. Ajanslardan, daha önce yapmış oldukları uydu medya turları hakkında referans ve örnek istemeyi unutmayın.

Video Haber Duyuruları

Bir video basın bülteni*, bilginin görsel bir biçimde sunulmuş olması dışında, bir basın bülteni gibidir. Bir video basın bülteni, bir uzman ya da uzmanlardan kısa açıklamalar, konunun özünü ortaya koyan video görüntüsü ve önemli mesajlar ile konuşma noktalarını ileten diğer olguları içerir. Müşterileri için video basın bültenleri yapıp dağıtan *Home Front Communications* şirketinin ortaklarından Paul Frick, bir video basın bülteninin ilgi çekici bir haberi vermesi ve "haber hakkında bir yapımcı ya da muhabirin sorabileceği sorulardan çoğunu" yanıtlayan geçmiş bilgisi sunması gerektiğini söylüyor.

Şirketler, üniversiteler, kâr amacı gütmeyen, ticari olmayan kuruluşlar ile hükümet, yerel ve ulusal televizyon haber programlarına haber göndermek için video basın bültenleri üretirler. Televizyon kanalları, video basın bültenleri çekimlerini ve bilgilerini sık sık haberlerinde kullanırlar. Hatta bazen, seyirciye sanki o kanal tarafından hazırlanmış gibi görünen, ama daha önceden kurgulanmış video basın bülteni haber paketlerini yayınlarlar. Ama en iyisi, kaydedilmiş kısa açıklamalarınız ve video görüntüleriniz ile birlikte, "metin kareleri" de –mesajlarınızın ve önemli konuşma noktalarınızın metinleri– içeren video basın bültenleri hazırlamanızdır. Bu şekilde yerel muhabirler haberlerini, normal basın bültenlerinde yaptıkları gibi, sizin göndermiş olduğunuz bilgilere dayanarak hazırlayabilirler.

Televizyon çoğu Amerikalı için en büyük haber kaynağı olduğundan, video basın bültenleri ülke çapında geniş izleyici kitlelerine ulaşmanın etkili bir yolu olabilir. "CNN ana haber bülteninde yayınlanan tipik bir haber, günün saatine de bağlı olarak 200.000 ila 250.000 seyirciye ulaşabilir," diyor Frick. "Aynı haber, Philadelphia'da tek bir kanalda yayınlansa, iki katı bir seyirci kitlesine erişirdi. Dolayısıyla, geniş bir izleyici kitlesine ulaşmak için yerel televizyondan daha iyi bir ortam yoktur. Bu

* video news release (VNR)

da, video basın bültenlerini, halk kitlelerine ulaşmak için çok etkili bir yöntem haline getirmektedir."

Ancak, bunun karşılığının da verilmesi gerekir.

Yerel televizyon haberleri, mümkün olan en kısa zamanda, en fazla haber almak isteyen izleyiciler için hazırlanır. Televizyon haberleri çok kısa olduklarından (genellikle bir buçuk dakika), bilimsel ayrıntılar için zaman yoktur. Dolayısıyla video basın bülteni, söylemek istediklerini hemen herkesin anlayabileceği bilgiler, kısa açıklamalar ve fotoğraflarla vermek zorundadır.

Olasılıkla, bir video basın bülteni yapmaya değecek haberiniz çok sık olmaz. Sağlık ve tüketici haberleri, yayınlanma şansı en yüksek olan haberlerdir. "Sadece bilim camiasını ilgilendiren haberler, olasılıkla televizyon haber ortamlarında pek başarılı olmazlar," diyor Frick. Ama geniş bir izleyici kitlesini ilgilendirecek bir konusu varsa ve kişilerin günlük yaşamlarına olan etkileri de vurgulanacak bir şekilde sunulabilirse, o zaman bu haberi yayma yöntemi olarak bir video basın bülteni kullanmak uygun olabilir.

Uydu televizyon turları gibi, video basın bültenleri de pahalıdır –toplam yapım ve dağıtım masrafları 23.000 ile 35.000 dolar arasındadır. Bu fiyata haberin nasıl hazırlanması gerektiği hakkında danışmanlık, kamera ekiplerinin koordinasyonu, haberin muhabirlere tanıtımı, video basın bülteninin uydu bağlantıları ve gece postası ile dağıtımı da dahildir. Bu hizmet, ayrıca, video basın bülteninden kaynaklanan haberlerin sayısı, seyirci kitlesinin hacmi ve birkaç örnek haber de dahil olmak üzere, medya sonuçlarının bir analizini de kapsamalıdır.

Üniversitenizin veya kuruluşunuzun sizi kaydedecek ve video görüntüsü hazırlayabilecek gereçlere ve teknik yapım uzmanlarına erişimi varsa, video basın bülteni yapım masraflarından tasarruf edebilirsiniz. Enformasyon görevliniz ya da medya personeliniz video basın bülteninin yerel televizyon kanallarına tanıtımını üstlenerek, masrafları daha da düşürmenizi sağlayabilir. Ama bütçeniz uygunsa, yerel televizyon kanallarının

ilgisini çeken haber türlerini bildikleri ve bunların yayınlanmalarını garanti edecek bağlantılara da sahip oldukları için, profesyonel şirketlerle çalışmak daha mantıklı olabilir.

VIII. Bölüm

Bir Şöhret ve Eylemci Olarak Bilim İnsanı

Fizikçi Len Fisher, bir gün bir reklam ajansından gelen telefonun yıllardır aklını meşgul eden bir sorun için kendisine nasıl yol göstereceğini bilemezdi. Fisher'ın sorunu kamuoyunun bilimi anlamasının ve onun önemini kavramasının nasıl geliştirileceği idi. "Fiziğe canlılık katan kişi" olarak tanınan Fisher, bilimi halka indiren, yurttaş olarak bilimci, halka yakın bilimci ve tanınmış bilim insanı gibi sıfatlarla tanımlanan ve sadece bilim yapmak, hatta araştırmalarını yayımlamakla yetinmeyen sıra dışı bir bilim insanı grubuna dahil.[1] Bu bilim insanları, bilimsel bilginin ve araştırmanın görünen yüzü olan ve bazen bilimsel başarılarından daha çok televizyon programlarındaki görüntüleri, çoksatan kitapları, meclis komisyonlarındaki tanıklıkları ya da sosyal ve politik konulardaki söylemleriyle öne çıkan, bilim elçileri ve bilge kişilerdir.

Ulusal Bilim Vakfı'nın eski başkanı ve Başkan Clinton'un bilim danışmanı Neal Lane, "halktan bilim insanları" diye adlandırdığı bu halkayakın bilim insanı türünün savunucusu ve koruyucusu olmuş. Lane, bu bilim insanları ve mühendislerin, "halkla etkin bir iletişim kurmak için üniversite yerleşkelerinden, laboratuvarlarından ve kurumlarından dışarıya çıkarak, halkın arasına karıştıklarını" söylüyor.[2] Rice Üniversitesi'nde fizik profesörü olan Lane, bilim insanlarının kamuoyunun önüne çıkmalarının bir zamanlar meslektaşları tarafından hoş görülmese de, bugün alkışlanmasa da artık kabul edildiğini söylüyor. İletişim becerileri olan bilim insanlarını, bunları kullanmaya teşvik ediyor: "Önünüze bir fırsat çıktığı zaman, Tanrı aşkına onu kullanın ve söyleşiyi yapmak ya da Washington'a gidip yetkililere bilgi vermek için biraz zaman ayırın."[3] Aşağıda da göreceğimiz gibi, bu eylemler risksiz değiller; ama, başı derde girmiş birçok bilim insanı bile, yaptıklarının doğru olduğunu söylüyorlar.

Bilim insanları, geniş bir etkinlik yelpazesi vasıtasıyla kamuoyuyla iletişime girebilirler. Bu etkinlikler hakkında düşünmenin bir yolu da, gözünüzde onları siyasete en uzak ve en yakın noktalar arasında yer alan bir yelpaze içinde sıralanmış olarak canlandırmaktır. Siyasetten uzak uçta, bilim ve bilimsel konuların halk tarafından daha iyi anlaşılmalarını ve benimsenmelerini sağlayan etkinlikler vardır. Diğer uçta ise, hükümet politikalarını doğrudan etkilemeyi amaçlayan çabalar vardır.

Popüler Bilim mi, Yoksa Utanmaz Fırsatçılık mı?

Daha önce seksin "fiziği" konusunda yazmış olduğu biraz alaylı bir makale[4] yüzünden kısa bir süre için de olsa adı duyulan fizikçi Len Fisher 1998 yılında, İngiltere'deki Bristol Üniversitesi'nde görevliydi. Halkla kaynaşma konusundaki fırsat karşısına, McVitie's marka "sindirime yardımcı bisküvileri" (ya da kurabiyeleri) temsil eden bir reklam ajansının yetkilisinden gelen telefonla çıktı. Ajans, müşterisi olan United Biscuit Company'nin ürettiği çerezlerin satışını arttırmak için planladıkları bir reklam kampanyasında kullanmak üzere, bilimsel bir

açı arayışı içindeydi. Üretici firma gururla, İngiltere'de, sindirime yardımcı çikolatalı bisküvilerinden her saniye elli iki tane tüketildiğini söylüyordu. Bir "Ulusal Bisküvi Bandırma Haftası" planlayan McVitie's bu reklam kampanyasını, çaya veya kahveye bisküvi bandırmanın "bilimsel" temeline dayandırmak için de Fisher'in yardımını istiyordu.

Yardım etmeyi kabul eden Fisher, iş arkadaşlarıyla birlikte çay ve kurabiyeler üzerinde uzun uzadıya inceleme yapmaya başladı. Deneylerin asıl konusu *gerçekten de* çay ve kurabiye idi. Fırında pişmiş bisküvi hamuru, şeker ve yağla birbirlerine yapışmış nişasta parçacıklarının bileşimidir. Sıcak çay ya da kahveye batırıldıklarında, nişasta tanecikleri arasındaki boşluklar, aynen kurutma kâğıdının mürekkebi emmesi gibi, kapiler hareket denilen bir süreç nedeniyle içine batırıldığı sıvı ile dolarlar. İsviçre'de yapılan bir araştırmaya göre, bandırma bir bisküvinin tadını neredeyse on kat arttırmaktadır, ama sorun da işte burada çıkıyor. Pişince sertleşen nişasta, ıslanınca yumuşacık olur. Sıcak içecek yağı ve şekeri eritir, ki bu da, tuğla bir duvarın harcını sökmek gibidir. Islanan ve yumuşayan kütle çok kısa bir süre içerisinde kendi ağırlığını taşıyamaz hale gelir ve dosdoğru fincanın içine düşer. Bu, bisküvi üreticilerinin, her beş bisküviden birinin başına geldiğini iddia ettikleri bir aksiliktir.

Bir bisküvinin ıslandıktan sonra bütünlüğünü koruyabildiği sürenin çok kısa olduğuna karar veren Fisher, bu sorunu çözmeye koyuldu. Bisküvilerin dağılma nedenlerini inceledikten sonra, yumuşamış bisküvinin yaşamını uzatmak kolaydı ama, ama ortalama bir bisküvinin dağılmasının ne kadar süre alacağını tahmin etmek için daha ileri kuramsal analizlere gereksinim vardı. Fisher, en çok kullanılan bisküvi bandırma yöntemi olan, bisküviyi sıcak çay ya da kahveye dikine, sıvının yüzeyine dikey olarak bandırmanın yanlış olduğunu, çünkü bisküvinin saniyeler içinde ıslanıp yapısal bütünlüğünü yitirdiğini keşfetti. Ama Fisher, bisküvi sadece alt yüzeyi sıvıya temas edecek biçimde, yatay olarak bandırılırsa (bir frizbiyi, atmaya hazır bir biçimde tutmaya benzer bir süreç), bütünlüğünü dört kat daha uzun bir süre koruya-

bildiğini söylüyor. Süredeki bu şaşırtıcı artışın nedeni ise, bisküvinin tümü sıvıyı emmedikçe, kuru kalan yüzeyin, ıslak yüzeyin ağırlığını taşıyabilmesi idi.

Fisher bu "araştırmasını" yayımladığı zaman, İngilizce konuşulan ülkelerin yazılı ve görsel medyası çalışmayı çok büyük ilgiyle karşıladı. Tüm belli başlı İngiliz günlük gazeteleri dahil olmak üzere düzinelerle gazete, konu hakkında haber yayımladılar. Fisher, aylarca Avustralya ve Güney Afrika'ya kadar uzanan ülkelerden gelen çağrıları yanıtlamak zorunda kaldı. (Dikkate değer bir şekilde, ABD'de yayımlanan belli başlı tek bir gazete bile, Fisher'in bu başarısını haber yapmadı –belki de bu, ABD'nin en sevilen tatlılarından olan süngerimsi donatın*, sıcak bir içeceğe bandırıldığında kırılgan bisküviden daha dayanıklı olmasından ötürüydü.) "Nobel ödülleri bile bu kadar meşhur olmuyorlar," diyordu Fisher, deneyimiyle ilgili olarak *Nature* dergisine yazdığı bir yazıda.[5] Bandırma olayından bir yıl sonra da Fisher, her yıl "insanları önce GÜLDÜREN, sonra da DÜŞÜNDÜREN" araştırmalara verilen "Ig Nobel Ödülü"nü kazandı.[6]

Medyanın, Fisher'in bisküvi araştırmalarına bu kadar ilgi duymasının ardındaki neden neydi? Ve onun deneyimlerinden, halkın bilim anlayışını arttırmayı ya da kamu politikalarının deneysel ve kuramsal temellerini daha da geliştirmeyi ümit eden diğer bilim insanlarının çıkarmaları gereken dersler nelerdir? Fisher, bisküvilerle olan deneyiminin, medya her ne kadar her teknik konuya mutlaka temkinli bir biçimde yaklaşınasa da, kendini en çok "bilinenin bilimini" iletirken rahat hissettiğini de gösterdiğini söylüyor (ama, evrenin akıbeti gibi "görkemli soruların" yanıtlarıyla da ilgilendiklerini eklemekten de geri durmuyor). Ona göre asıl şaşırtıcı olan, medyanın, ıslak bir bisküvinin davranışını betimlemek için kullandığı Washburn formülüne gösterdiği ilgiydi. Bu da, kısaca betimlenebile-

* (ing.) doughnut: yağda kızartılıp üzeri şekerle kaplanmış, halka biçiminde lokma benzeri bir tür çörek (ç.n.)

cek kadar basit, ancak bariz olmayacak kadar da karmaşık formüllerin, yazılı ve görsel medyanın merakını uyandırdığı anlamına geliyordu.

Fisher, halkla iletişim kurmaya çalışan birçok araştırmacının paylaştığı bir sorundan nasıl kaçınacağını öğrendiğini söylüyor. Ona göre, başarısızlıklarının nedeni, konunun bilimsellik yelpazesinin iki ucundan birine olan eğilimleri: Ya izleyicilerinin "ezici ayrıntıların" altında boğulacak olan düşük teknik yetilerinin farkında değiller ya da bir konunun ayrıntılarını o kadar kırpıyorlar ki, konu steril bir hale geliyor. Fisher, bu ayrıntıları izleyicilerin gereksinim ve ilgi seviyelerine göre uyarlamayı öğrendiğini söylüyor. Sonuçta, insanların, araştırmacıların sorduklarını soruları *neden* sorduklarının ayrıntılarını bilmek istediklerini, ama yanıtları *nasıl* bulduklarıyla yani yöntemleriyle o kadar ilgilenmediklerine inanıyor. Örneğin birçok insan, evren sonsuza dek genişleyecek mi, yoksa sonunda büzülmeye başlayıp, bir "büyük çöküş" ile son mu bulacak sorusunun yanıtlanmasına yardımı olabileceğini bilse, bir astronomun uzak yıldızların parlaklıkları üzerindeki araştırmasına olasılıkla ilgi duyardı. Ama, bu araştırma sırasında kullanılan algılayıcının ayrıntıları ya da astronomun hataları nasıl düzelttiği onları çok daha az ilgilendirir. "İyi yazılmış bir yazının tadına varmak için bir yazar olmanız gerekmez," diyor fizikçi, "ya da güzel bir resimden zevk almak için bir ressam olmanız."

Fisher, bir bilim insanı olarak sokaktaki insana yönelik yaptığı bisküvi bandırma başlangıcından bu yana, bilinenin bilimi üzerine iki kitap yazdı. Kendisi yüzünden bisküvi bandırmaktan kilo alan İngilizlerin bel kalınlıklarına eklenen santimetrelerden ötürü pişman olup olmadığı sorulduğunda, "beslenme alışkanlıkları içinde şekerin yer almasıyla ilgili herhangi bir kaygısı olmadığını," söylüyor. Bilimsel bir yaklaşımla şu ya da bu ürün hakkında bandırma kampanyasının bir benzerini yapmasını isteyen reklamcılardan haftada bir civarında e-posta aldığını da ekliyor. "Bilimi daha erişilebilir kılmak için kullanabileceği" pek azı dışında, tümünü reddetmiş.

Bilimi Yaymak Yolunda Fırça Yemek

Fisher, günlük yaşamın etkinlikleri hakkındaki ilgi çekici incelemeleriyle, aralarında Barry Commoner, Jared Diamond, Sylvia Earle, Paul Ehrlich ve E. O. Wilson gibi isimlerin de bulunduğu seçkin bir halka yakın bilim insanı grubunun içinde yer alır. Bu kişiler, halkın bilimi anlaması ve takdir etmesi için uğraş veren yüzlerce ünlü bilim insanından sadece birkaçı.

Daha bir kuşak öncesinde, bu tür bilim insanlarına kuşkuyla bakılırdı. Bilimsel başarılarının kalitesi ile genellikle arkalarından alay edilir ve gerekçelerine güven duyulmazdı. Tam anlamıyla ünlü bir bilim insanı olan Carl Sagan, henüz lisansüstü öğrencisiyken *New York Times* gazetesinde kendinden söz ettirmeyi başardığında, aynı alanda çalışan kıdemli başka bir bilim insanı, biraz da alaycı bir biçimde, "Kariyerinizi *New York Times*'tan izliyorum," dediğinde, genç bilim insanı bunu, "alıntılanmakla kötü bir şey yaptığı" şeklinde anlamıştı.[7] 1970'li yıllarla başlayarak Sagan, *Kozmos* gibi çoksatan kitapları, astronomi ve dünyadışı akıllı yaşam arayışları hakkında popüler bir televizyon dizisi ve Johnny Carson'un *Tonight* programına düzenli olarak çıkmasıyla, her yerde boy gösteren bir bilim sözcüsü olmuştu.[8] Birçok bilim insanının, Sagan'ın bu yaygın ve halka yönelik etkinliklerini görgüsüzce bulduğu bir sır değildi. Üstelik, bu profesyonel hoşnutsuzluk o kadar belirgindi ki, bilim insanları bugün bile, geniş kapsamlı popülarite kazanmış bir araştırmacıya yönelik tepkiyi anlatmak için, bir "Sagan etkisi"nden söz ederler.

H. John Heinz III Bilim, Ekonomi ve Çevre Merkezi başkanı biyolog Thomas Lovejoy, 1960'larda lisansüstü öğrencisiyken, bilimsel uzmanlıklarını laboratuvarları dışına taşıyan araştırmacılara "kuşkuyla bakıldığını" anımsıyor. Bugün ise bunun, "herkesin yapması gereken bir şey olarak görüldüğünü" söylüyor. Fizikçi David Grinspoon, bu değişimin en azından bir kısmını, bilim camiasının ve özellikle de astronomların Carl Sagan'a karşı sergiledikleri seviyesiz ve haksız davranışların bir sonucu olan "toplu suçluluk" duygusuna bağlıyor. Bir gezegenbilimci-

si ve teknik içerikli olmayan iki astronomi kitabının yazarı olan Grinspoon için, Sagan bir yol gösterici ve bir aile dostuydu. Tanınmış astronomun 1996 yılında ölümünden beri bilim camiasının, televizyona çok yakışan bu araştırınacıya ne denli borçlu olduğunu anladığını söylüyor. Sagan'ın dünyadışı yaşam arayışı, uzay yolculuğu ve gezegen incelemeleri konusunda uyandırdığı geniş çaplı ilgi, bu konulara sağlanan finansmanın sürekliliğini sağlamıştı. "Böyle insanlara karşı bir aşağılama dürtüsü var," diyor Grinspoon, bilimi popülarize eden kişileri kastederek, "ama sonra Carl'ı anımsıyorlar."

Aşağıda, Grinspoon'un kendi deneyimlerinden de göreceğimiz gibi, böyle öne çıkan bilim insanlarına karşı hoşgörü artmış olsa da, yine de zaman zaman kınama ya da daha kötüsü ile karşı karşıya kalabiliyorlar. Len Fisher, bilinenin bilimini tanıtmaya başladığı zaman, " 'neden vaktini bunlarla harcıyorsun?' ya da 'neden daha ciddi şeyler yapmıyorsun?' diyen insanlar da çıktı," diyor. Arada sırada, hâlâ daha "küçümseyici ifadeler" duyduğu oluyor, ama meslektaşları yaptığı işin değerini anlamaya başladıkça, onu daha fazla takdir eder olmuşlar. Genç bilim insanlarının onun açmış olduğu yoldan gitmesini önermiyor (kendi, ellili yaşlarının ortasında başlamış) çünkü, "geri teperse, kariyerinizi bitirebilir." Yine de, uzmanlık bilgilerini halka açık bir biçimde kullanan birçok bilim insanı gibi, pişmanlık duyduğu fazla bir şey olmadığını söylüyor. Neal Lane, Mart 2004'te, kendi mezun olduğu okul olan Oklahoma Üniversitesi'nin öğrencileri ve öğretim kadrosuna yaptığı bir konuşmada, ulusal seviyedeki bazı kamusal politika kararlarının deneysel veya kuramsal herhangi bir dayanaktan yoksun ve hatta onlara rağmen alındıkları bir zamanda, bilim insanlarının halk tarafından duyulmalarının ne denli önemli olduğundan söz etti. "Konuşmamanın getireceği risk şu ki, eğer insanlar özel çıkarların, dar ideolojilerin veya siyasi gündemlerin bilimsel gerçeklerin önüne geçmelerine izin verirlerse, iki şey olur: Kötü (hatta tehlikeli) politikalara sahip oluruz ve halk bilimin değeri ve hükümetin bilimi halkın çıkarları için kullanma yetisi konusunda güvenini yitirir."[9]

David Grinspoon'un bir popüler bilim kitapları yazarı olarak kariyeri şunu gösteriyor ki, bilim insanları arada bir arkalarını kontrol etmeden, bu tür etkinliklerle uğraşamazlar –özellikle de meslek yaşamlarının başlarında iseler. 1999 yılında, Boulder kentindeki Colorado Üniversitesi'nin Grinspoon'a kadro vermeyi reddetmesinin ardındaki nedenlerden biri de, kısmen, sokaktaki insana yönelik olarak yazmış olduğu bir kitaptı. Bu Grinspoon'un genç akademisyenlere, atmadan önce iyice düşünmelerini salık verdiği bir adım. Grinspoon 1990 ile 1994 yılları arasında, Venüs gezegeninin etrafında dönen bir uzay aracı olan Magellan'dan gelen radar görüntülerini yorumlayan NASA ekibindeydi. Yüzey sıcaklığı kurşunu eritecek kadar olsa bile (400°C) Venüs, büyüklük, kütle ve güneşten uzaklık gibi birçok yönden Güneş Sistemi'nde Dünya'ya en çok benzeyen gezegendir. Magellan'dan önce çevresini sürekli kaplayan yoğun bulut kitlelerinden dolayı, Venüs'ün yüzeyinin neye benzediği bilinmiyordu. Bulutların altını görmek için radar kullanan bir uzay sondası dünyaya, gezegenin yüzeyinin ayrıntılı ve neredeyse tam bir haritasını çıkartmaya yetecek kadar veri gönderdi. Grinspoon'un 1997 yılında yazdığı *Venus Revealed* (Venüs Ortaya Çıkıyor) adlı kitabı, bu ekibin gizemli gezegen ile ilgili bulgularını anlatan ilk kitaptı.[10]

Venus Revealed'i eğitimli halk kitlesi için yazan Grinspoon, araştırma ekibinin bulgularının, dünyayı daha iyi yaşanacak bir yer yapmak için nasıl kullanılabileceği hakkındaki kişisel düşüncelerini de kitaba eklemişti. Bu zararsız bir hareket olarak görünebilir ama, çalıştığı üniversite iki yıl sonra ona kadro vermeyi reddetti. Bu, meslektaşlarının desteğine sahip olmadığından değildi. Kendi çalıştığı Astrofizik ve Gezegen Bilimleri bölümünün öğretim görevlileri büyük bir çoğunlukla, bir öğretim görevlisi ve araştırmacı olarak geçmişi ve geniş halk kitlelerine verdiği "hizmetler" dolayısıyla, kadroya alınması yönünde oy kullandılar. Ancak, Astrofizik ve Gezegen Bilimleri bölümünün de parçası olduğu Bilim ve Sanat Fakültesi'nin dekanı, üniversitenin bu kıdemsiz öğretim görevlisine kadro vermemesini önerdi. De-

kan, Grinspoon hakkında yazdığı resmi yazıda, genç bilim insanının "zamanının çoğunu popüler (her iki anlamda da) bir kitap olan *Venus Revealed*'e adamış gibi göründüğünü ve bunun da araştırma verimliliğini olumsuz yönde etkilediğini" söylemişti.[11] Grinspoon, olayın gerçekte araştırmasının kalitesiyle ilgili olmadığını, onun yerine "kıdemsiz bir öğretim görevlisinin geniş kitlelere yönelik bir kitap yazmasıyla ilgili bir önyargıdan dolayı" olduğunu söylüyor.

Üniversitenin bu kararı, Grinspoon'u yeni tartışmalı ortamlar yaratmaktan alıkoymadı. O zamandan beri, sokaktaki insana yönelik akıllı olsun ya da olmasın, dünya dışında yaşam olma olasılığı üzerine genişletilmiş bir yazı olan *Lonely Planets* (Yalnız Gezegenler) adında ikinci bir kitap daha yazdı.[12] Kitap genel olarak bilimsel araştırmalarla ilgili olsa da, Grinspoon tüm bir bölümü UFO'lara ayırmış ve bilimsel camianın bazı UFO "yalanlayıcılarını" bazen olgulara ve rasyonel analize, o alaya aldıkları kişiler kadar duyarsız olmakla suçlamıştı. Grinspoon, yanıtsız bırakılan sahte iddiaların bir cehalet ve mantıksızlık dalgası tetiklemesinden korkan kuşkucuları, böyle bir şeyi engelleme çabasıyla tüm UFO iddialarını aynı derecede geçersiz olarak kabul etmekle suçluyordu. Her ne kadar, dünyadışı varlıkların dünyayı ziyaret etmiş olduklarına dair elinde bir kanıt olmasa da, bazı UFO gözlemlerinin hiçbir zaman yeterince izah edilmediklerine inanıyor. Grinspoon'un web sitesi, www.funkyscience.net, savlarını daha da ayrıntılandırdığı gibi, espri anlayışını da ortaya koyuyor. Bilim insanı örneğin, "ebleh olmak henüz havalı bir hale gelmeden önce, Eblehler adlı bir grupta gitar çalmış olduğunu" itiraf ediyor.[13]

Her ne kadar sıra dışı biri de olsa, Grinspoon bir kaçık değil. Şu anda Denver Doğa ve Bilim Müzesi'nin Astrobiyoloji Küratörü ve birçok NASA projesinin de başta gelen araştırmacısı. Yazmasının ardındaki asıl nedenin "bilimin keyif ve mucizesini, gizemli bilgilere sahip ve garip bir dil kullanan rahipler grubunun" ötesine taşımak olduğunu ve kitaplarının, her ne kadar bilim insanlarına yönelik olmasalar da, bilimin ilerlemesine yar-

dımcı olduklarını söylüyor. Kitapları, ne kadar mantıklı olsalar da, meslektaşları tarafından değerlendirilecek yayınlarda yer almaları mümkün olamayacak kurgular yapmasına izin veriyorlar. Venüs'ü çevreleyen bulutlarda yaşam olasılığı gibi "fazlasıyla uçuk" fikirleri alıp "bayrak direğine çekip, selamlanıp selamlanmadıklarına" bakıyor. *Venus Revealed*'de anlattığı bu fikir, daha sonra bilimsel yazılarda da ele alınmıştı. Aynı zamanda, şakayla karışık "bölücü gündem" olarak nitelendirdiği bir fikri daha var: gezegenimizle ilgili küresel bir bakış açısına önayak olmak, ki bunun "insanlığın uzun vadede hayatta kalabilmesi için gerekli" olduğuna inanıyor. Örneğin, *Lonely Planets*'ın son bölümünde, başka dünyalarda yaşam varsa onun da olasılıkla insanlığın bugün karşı karşıya olduğu darboğazdan –kendi kendini yok etmek için yeterli teknolojiye sahip, ancak bunu yapmamayı garanti edecek yeterli zekâdan yoksun olmak– geçmiş olduğu sonucuna varıyor. Bu da onu, "gerekli hoşbeşten sonra" bir dünyadışı varlığa soracağı ilk soruya getiriyor: " 'Bu muhteşem aletleri nasıl yapıyorsunuz?' değil de, 'Kendinizle yaşamayı nasıl öğrendiniz?' " Grinspoon, aralarında diğer astronomlar da olan, okuyucularından "çok sayıda olumlu tepki" almaya devam ettiğini de söylüyor. Ama, o "tek olumsuz deneyimine" dayanarak daha hâlâ, halk için yazmaya niyetli kadrosuz profesörlere "dikkatli olmalarını" öneriyor.

Araştırma ile İlkeleri Dengelemek

Özellikle siyasi arenadan uzak durmak isteyenler için bilimin kamuoyu karşısında savunucusu olmanın bir yolu da, Len Fisher ve David Grinspoon'un kitaplarında ve söyleşilerinde yaptıkları gibi, bilime uzak olan kitleleri çekici bilgi kırıntıları ile cezbetmektir. Sahne ışıklarının altında kendilerini daha rahat hissedenler ise, belli kamusal politikalar için açıkça savaşmak ya da halkı bunların önemi hakkındaki yeni politikalara, raporlara veya demeçlere oldukça kuşkucu bir biçimde yaklaşmaya teşvik etmek isteyebilirler. Bazı bilim insanları bu etkinlikleri kariyerlerinden artan boş zamanlarda yürütürler, ama bazıları bu etkin-

likleri yaşamlarının ve işlerinin merkezi bir parçası haline getirirler.

Jonathan Beckwith otuz yılından fazlasını ve uyanık olduğu saatlerin oldukça önemli bir kısmını, özellikle de kendi uzmanlığı olan mikrobiyoloji ile ilgili alanlarda bu tür bir kuşkuculuğu savunarak geçirmiş. Harvard Tıp Fakültesi profesörü olan Beckwith 2002 yılında anılarını kaleme aldığı *Making Genes, Making Waves* (Genleri Yaratmak, Sorun Yaratmak) adlı kitabında bilim insanlarının aynı zamanda hem iyi bilim yapabileceklerini, hem de birer sosyal eylemci olabileceklerini iddia ediyor ve kendi kariyerini de Örnek 1 olarak sunuyor. [14]

Beckwith, genç bir bilim insanı olarak, bir test tüpü içinde bir geni ilk defa izole eden ekibi yönetmişti. Bu başarı, gen manipülasyonu tekniklerinin geliştirilmesinde önemli bir dönüm noktası olup, başka birçok bilim insanının da keşifleriyle birlikte, 1970'li ve 80'li yıllarda genetik bilimi devrimini başlatmıştı. Bu araştırma ona, Amerikan Mikrobiyoloji Derneği'nin, bilime üstün katkıları olan genç bilim insanlarına verdiği saygın Eli Lilly Ödülü'nü getirmişti. Beckwith'in şu andaki araştırması ise hücrelerdeki protein katlanmasını, hücrelerin protein salgılamasını, hücre zarı yapısını ve hücre bölünmesini incelemek için bakteriyel genetik tekniklerinin kullanımı ile ilgili. Kendisi Amerikan Bilim Geliştirme Derneği ve Ulusal Bilim Akademisi üyesidir. Bunlar bir bilim insanı olarak saygınlığını kanıtlayan iki yüksek unvandır.

Beckwith, bu konumunu birçok eylemci hareketi ile riske atmıştır. 1993 yılında dağılana kadar, Halk İçin Bilim hareketinin eski ve faal bir üyesi idi. Bu grup 1969 yılında, bilimin kötü amaçlar için kullanımı olarak nitelendirilen çalışmalara (beyazlarla siyahların zekâlarını karşılaştıran araştırmalar ki, bunları ırkçı olarak nitelendirmişlerdi) ve Amerikan askerlerini Vietnam'da daha ölümcül kılmaya yönelik, "elektronik savaş alanı"nı geliştirme amacıyla yapılan araştırmalar gibi) karşı çıkan bir grup radikal bilim insanı tarafından kurulmuştu. (Eksik bir yan kalmaması amacıyla, Grossman'ın da 1980'lerde Halk İçin Bilim hare-

ketinin bir üyesi olduğunu ve Beckwith'le orada tanıştığını ekleyelim.) Beckwith, kendisi ve arkadaşlarının genetik buluşları 1969'da açıklandığında, bir yandan da araştırma sonuçlarıyla birlikte gelebilecek sorunlara karşı kamuoyunu bilinçlendirmek için yaşamı boyu sürecek bir kampanya başlattı. İki meslektaşı ile birlikte bir basın toplantısı düzenleyerek, genleri saflaştırma yeteneğinin, bilim insanlarına insan genlerini değiştirme gücünü vereceğinden dolayı, insanlık için bir tehlike yaratabileceği olasılığına (ki, bu artık bir gerçek) işaret etti. Üç bilim insanı, bu gücün sağlık açısından önemli yararları olabileceğini, ancak ayrımcılığı özendirmek gibi çok kötü amaçlar için de kullanılabileceğini anlattılar. Bu uyarıları, *New York Times* gazetesinde "Gen İzole Edildi – İyi mi Oldu, Kötü mü?" ve *Los Angeles Times* gazetesinde de, "Bilim İnsanları Virüs Yardımıyla Saf Geni Bakteriden Ayrıştırdılar – Tüp İnsan Gelebilir" gibi manşetlerle, basının yoğun ilgisini çekti.[15]

Beckwith, Eli Lilly Ödülü'nü kazandıktan sonra 1970 yılında yaptığı bir konuşmada, ilaç endüstrisinin aşırı antibiyotik kullanımını teşvik eden davranışlarını suçladı. Eli Lilly'nin adını kullanmasa da, açıklamaları ile ödülün sponsoru olan bu büyük ilaç şirketi arasındaki ilişki çok belirgindi. Beckwith, ilaç endüstrisinin uygulamalarına bir protesto olarak, Eli Lilly ödül parasını kişisel amaçları için kullanmayı reddetti ve onun yerine, o zamanlar New York polisi tarafından taraflı muamele gördüğünü savunan militan Kara Panterler örgütüne bağışladı.

Samimi bir şekilde kaleme alınmış anılarında da anlattığı gibi, Beckwith'in eylemciliği daha çok genetik araştırmaların sosyal etkileri ile ilgili kaygılarından kaynaklanmaktaydı. Genetik araştırmaların geçmişte, yirminci yüzyılın başlarında ABD'de ortaya çıkan ve ülkeyi korumak için, "kalitesiz" genetik yapıya sahip insanların üremekten caydırılmaları gerektiğini ileri süren ırk ıslahı hareketinde olduğu gibi, kötüye kullanılmış olduğunu öğrenmek mikrobiyologu derinden etkilemişti. Irk ıslahı hareketinin etkisini taşıyan federal ve eyalet kanunları, düşük zekâya sahip ya da davranış "bozuklukları" (geçmişindeki suç eylemle-

ri gibi) sergileyen kadınların zoraki kısırlaştırılmalarını gerektiren, ırklararası evlilikleri yasaklayan ve Yahudiler ve "istenmeyen" olarak nitelendirilen diğer grupların ülkeye göç etmelerini kısıtlayan hükümleri de içeriyordu. Almanya'nın, sonunda Nazi'lerin Yahudi soykırımı planına kadar giden "ırk temizliği" hareketi de, ABD'deki bu ırk ıslahı hareketinden cesaret bulmuştu. Irk ıslahı hareketi, her ne kadar II. Dünya Savaşı'ndan önce bitmiş olsa da, Beckwith bazı çağdaş genetik bilim insanlarını, sosyal politika önerilerini geçerli kılmak ya da toplum içindeki sosyal düzenlemelerin biyolojik temelleri hakkında asılsız sonuçlara varmak için bilimi sağlıksız bir biçimde kullanmakla suçladı.

Örneğin, hapishane mahkûmları arasında 1965 yılında İskoçya'da yürütülen bir çalışma, fazladan bir Y kromozomuna sahip erkeklerin (XYY erkekleri), "olağan dışı bir biçimde saldırgan davranışlara" eğilimli oldukları sonucuna vardı.[16] Bu araştırma, sonradan baştan savma yapıldığı anlaşılınca gözden düştü ama, özellikle de ABD'de tutuklanan ünlü bir seri katile –yanlışlıkla– fazladan bir Y kromozomu olduğu teşhisi konulunca, o zamanlar basında yaygın ilgi gördü. Beckwith, 1973 yılında, tıp fakültesinden bazı meslektaşlarının fazladan Y kromozomuna sahip çocuklar üzerinde uzun süreli bir çalışma yürütmekte olduklarını öğrendi. Bu araştırma hakkında bilgi edinen Beckwith, anne babaların bu çalışmaya duygusal olarak savunmasız oldukları bir anda (anneler doğuma girmek üzereyken) alındıkları ve yanıltıcı (diğer uygunsuzlukların yanı sıra, araştırmanın gerçek odak noktasını da belirtmeyen) onay formları imzalattırıldıkları sonucuna vardı. Ona göre çalışmanın tasarımı, sonuçları işe yaramaz kılacak kadar kötüydü ve bu sakınca çocukları damgalanma riskiyle karşı karşıya bırakabilecek çalışmanın doğruluğuna kuşku düşürüyordu. Beckwith ayrıca, anne babalar çocuklarındaki bu sözde genetik saldırganlık eğiliminden haberdar olurlarsa, çalışmanın çocukların yetiştirilme tarzını etkileyebileceğinden ve istemeden de olsa, varsayılan davranışa *neden olabileceğinden* endişe duyuyordu. Dola-

yısıyla, fakültenin İnceleme Komitesi'ne resmi bir şikâyette bulundu ve bir yıl sonra Harvard Tıp Fakütesi'nin tüm öğretim üyelerinin katıldığı ve kırıcı tartışmaların yapıldığı bir toplantıyla son bulan bir süreci başlattı. Beckwith'in iddiası reddedildi ama çalışmanın araştırmacıları, onun bu protestosunun tetiklediği kamuoyu baskısına boyun eğip, çalışmayı durdurmak zorunda kaldılar.

Bu bilim insanının belki de en kalıcı mirası, bilimi ve onu uygulayanları, büründükleri ve onları gereksiz bir biçimde kamuoyunun dikkatinden uzaklaştırdığına inandığı tarafsızlık zırhından arındırmak konusunda göstermiş olduğu sürekli çabalardır. Şans, sezgi ve kişisel ayrıksılıklar gibi etmenlerin de önemine işaret ederek, durmadan bilimsel araştırmanın değerden-arınmış olduğu fikrini sorgulamıştır. Ona göre, bilimsel dergi yazılarının kişisellikten uzak biçimi ve edilgen ifadesi, bilimsel buluşlarda öznel insan etkisinin her türlü belirtisini süzerek, "saf ve nesnel bilim mitini" sürdürüyor. Bu makaleler araştırma sürecinin tüm köşelerini, dönemeçlerini ve çıkmaz sokaklarını o derecede yok ediyorlar ki, bir deneyin son tanımlaması, ilk önermeden sonuca giden o güç ve sıkıntılı yola, ancak bir otoyolun, yerini aldığı dağ yoluna benzediği kadar benziyor. Gerçekliğin bu yanlış tanıtımı, Beckwith'i, *Proocedings of the National Academy of Science* arasında 2000 yılında yayımlanan ve geleneksel makale yazım biçemine meydan okuyan bir yazı yazmaya itti.[17] Alışılmamış bir biçimde, "Bu bir öyküdür..." diye başlayan yazı, kendisini hücre duvarını oluşturan protein zarları hakkındaki buluşlarına götüren 10 yıllık dolambaçlı yolu anlatıyordu. Beckwith ayrıca, birer insan olarak bilim insanlarının, özellikle de insan soyu hakkında bütünüyle tarafsız olmalarının mümkün olmadığını ileri sürüyor. Dolayısıyla, insanların sosyal düzenlemelerini ya da davranışlarını, cinsel tecavüzün evrimsel açıklamaları gibi evrim ilkelerinden yola çıkarak açıklamaya çalışan biyologları, sonunda araştırmalarına ister istemez önyargılarını getirecekleri ve bunun da incelemelerini ve sonuçlarını etkileyeceği konusunda uyarıyor.

Beckwith, bilim politikası ile derin ilişkisini, yaşadığı farklı politik ve ideolojik ortamlara borçlu –kültürel karşı devrim, Vietnam Savaşı karşıtlığı ve tanınmış mikrobiyologların, genetik mühendisliğinin olası ters sonuçları hakkında halkı bilinçlendirme konusunda başlarda göstermiş oldukları isteklilik. Halk İçin Bilim hareketi ile olan ilgisi gibi, sıra dışı etkinliklere bir noktaya kadar hoşgörü ile yaklaşan bir akademik ortamda çalışmış olmanın kendisi için bir şans olduğunu söylüyor. Ve her ne kadar, kendi örneğini de ortaya koyarak, bugünün genç bilim insanlarını bilim ve eylemciliği birleştirmeleri konusunda teşvik etmek istese de, kendi kariyerini başarıya ulaştıran ve tarihsel açıdan az rastlanır etkenler bileşimini bugün yinelemenin zor olduğunu da kabul ediyor. Harvard'ın, "İlerici insanları cezbetmek gibi bir geleneği olsa da," diyor, "bu her yerde böyle değil." Beckwith, kendi kuşağının yerini dolduracak yeni bir genç ve eylemci bilim insanı kuşağının olmayabileceğinden endişeli. "Bugünkü durum biraz ürkütücü," diyor. "Yetişen gençler yok. Böyle şeylerle uğraştıklarını göremiyorum."

Beckwith, bir bilim insanı ve bir eylemci olarak kaynaşmış iki kariyerine baktığında, eylemciliğin "yaşamına bir şeyler kattığını" söylüyor. Ve daha da önemlisi, eylemlerinin, genetik araştırmalarda "etik ve sosyal konuların da dikkate alınmaları gerektiği hakkında bir bilinçlenmeye" katkısı olduğuna inanıyor. Örneğin, 32.000 insan genini belirleyip, üç milyar elemandan oluşan tüm DNA kod dizilimini çıkartmak için başlatılan İnsan Genomu Projesi'nin ilk bütçesinin araştırma kaleminin % 5'lik bir kısmı, bu işle ilgili etik, yasal ve sosyal konuların araştırılmasına ayrılmıştı. Beckwith, ABD Enerji Bakanlığı ve Ulusal Sağlık Enstitüleri tarafından bu araştırmayı denetlemek üzere oluşturulan danışmanlar grubunun ilk üyelerinden biriydi.

Harvardlı araştırmacı, laboratuvardan çıkıp sokağa inmenin ve pipetlerinin yerine dilekçelerle uğraşmanın her zaman kolay olmadığını söylüyor. Aynı zamanda, eylemciliğinin araştırmalarına önemli bazı biçimlerde zarar verdiğini de kabul ediyor. Örneğin, 1970 ile 1984 yılları arasında hiçbir bilimsel ödül ya da

unvan almamış. Bunun kısmen, araştırmalarının o süre içinde yeterli bir gelişme kaydetmemiş olmasından kaynaklandığını itiraf ettiği kısır bir dönem yaşamış. En azından bir önemli görevin –Ulusal Bilim Akademisi üyeliği– yıllarca, 1970'deki Eli Lilly konuşmasına bir tepki olarak ertelendiğini söylüyor. 1970'lerin ortasında Halk İçin Bilim hareketinin çalışmalarına adadığı hiç de azımsanmayacak zaman onu laboratuvarından uzaklaştırıp, en azından bir tane "oldukça önemli" buluşu kaçırmasına neden olmuştu. Ayrıca, XYY olayına halkın dikkatini çekmiş olmasından dolayı ona kızgın olan bir grup öğretim üyesinin, kadrosunun elinden alınması için resmi bir dilekçe vermelerinden de son anda kurtulmuştu. O planın ancak, tıp fakültesinin, araştırmanın durdurulması için yapmış olduğu talebi reddetmesinden sonra rafa kaldırıldığını da ekliyor.

Politik Bir Bilim İnsanı Olmak Yolunda

Stanford Üniversitesi profesörü Stephen Schneider de kariyerinin büyük bölümünü, bilimsel araştırmaların hükümet politikaları oluşturmak amacıyla nasıl kullanıldıklarına odaklanarak geçirmiş. 1970 yılından beri, ısıyı tutan karbon dioksit salımlarının iklimi nasıl değiştirdiğini araştırıp, bu konuda yazılar yazmış. Konu hakkında yüzlerce makaleye ortak yazarlık yapmış, bir düzine kitap yazmış ya da derlemiş ve halen de meslektaş değerlendirmesine tabi *Climate Change* adlı derginin editörü. Zamanının en az üçte birini, iklim değişikliği politikası ve bilimi hakkında medyayla iletişim içinde olmaya ayırdığını da söylüyor. "Herhangi bir şeyin olmasını istiyorsanız, onu açığa vurmanız gerekiyor," diyor medyayı iyi tanıyan bu bilim insanı, muhabirlerle telefonda ve televizyon kameraları önünde konuşmaya neden bu kadar zaman ayırdığını açıklarken. "Dünyaya, neler olduğunu söylemek zorundasınız." Ve bunu çok etkili bir biçimde yapıyor. LexisNexis veri tabanı, son 10 yıl içinde adının geçtiği 300'den fazla gazete ve dergi makalesini içermekte (üstelik veri tabanı, daha küçük gazeteler, yerel televizyon kanalları, yerel radyo istasyonları ve çoğu uluslararası medya-

daki haberleri içermiyor). Schneider, iklim bilimi üzerine yapılan araştırmalara ve konu ile ilgili tebliğlere yaptığı katkılardan dolayı, 1992 yılında bir MacArthur öğretim üyeliği bursu kazandı.

Neden bu kadar azimli? Çünkü diyor, Stanfordlu bilim insanı, "sadece iyi bilim yapıyorsunuz diye dünya koşarak ayağınıza gelmeyecek." Yalnızca bir kuşak önce, insanların dünyayı binlerce yıldır yaptıklarından çok daha hızlı bir biçimde ısıttıklarına dair bilim insanlarının ellerinde somut kanıtlar henüz yokken, iklim bilimi nispeten kısıtlı bir federal bütçeye sahip ve kamuoyunda neredeyse hiç tanınmamış "kibar" bir bilim dalıydı. Araştırma sonuçları üzerindeki tartışmalar, konferanslarda ve akademik dergilerde sessizce ve genellikle kibar bir şekilde yapılmaktaydı. Bugün ise aynı araştırmacılar, tüm bir ekosistemin, New Orleans gibi düşük irtifalı şehirlerin ve yatırıma giden milyarlarca doların kaderini belirleyebilecek amansız bir politik savaşın tam ortasındalar. ABD ısı tutucu salımlarda etkin bir şekilde indirime gitme kararı alacak olursa kısa vadeli kârlarının zarar göreceğinden korkan fosil yakıt endüstrileri ve onların lobicileri, kafalarda iklim değişikliği konusunda soru işaretleri yaratmaları için bir avuç bilim insanına para veriyorlar. Bu profesyonel kuşkucular, küresel ısınmanın nedeninin insanlar olduğu konusunda dünya genelinde varılan bilimsel fikir birliğini destekleyen araştırmalarda, dikkatleri üstlerine toplayarak kusur bulmaya çalışıyorlar. Sonuç olarak, yeni bilimsel makaleler bazen televizyonlarda, gazetelerde ve meclis komisyonlarında verilen acımasız ve aleni savaşların konusu haline geliyor. Schneider, savları ne kadar haklı ve doğru olsa da, o ve onun gibi düşünen meslektaşları işin içine girmedikçe, fosil yakıt sektöründen parasal destek alan bilim insanlarının sonunda kazanabileceklerini söylüyor.

Bilimsel fikir birliğinin önde gelen ve sözünü esirgemeyen bir temsilcisi olarak Schneider, küresel ısınma konusuyla ilgili olarak son zamanlarda yapılan birçok tartışmanın da merkezinde bulunuyor. Bu sırada, "aptal yerine" konulduğunu, "kişi-

liğine saldırıda" bulunulduğunu, söylediklerinin "tam tersi anlama" gelecek şekilde kırpılıp değiştirildiğini ve bir paragraf uzunluğunda uydurma alıntıların ona atfedildiğini gördüğünü söylüyor. Ama Stanford profesörü inat ediyor çünkü onun da dediği gibi, başka bir seçeneği yok. "Benim görüşüme göre, kendimizi haklı gördüğümüz için mücadeleye girmemek doğru değil," diyor. "Bu, sadece topu başkasına atmak olur."

Laboratuvardan çıkıp sahaya inmek konusunda ona katılmak isteyen bilim insanlarına, Schneider'in bazı tavsiyeleri var –özellikle de, küresel ısınma gibi siyasetçiler tarafından fazlasıyla kutuplaştırılmış alanlarda politika önerilerinde bulunmayı düşünüyorlarsa. Medya önüne çıkma konusunda soru soran öğrencilerine de şöyle diyor: "Bu işi ya çok yapın ya da hiç." Bazı hisselerdeki kayıplarını diğerlerindeki kazançlarla dengeleyebilmeleri ve böylece, olasılıkla net bir kazanç sağlayabilmeleri için, yatırımcılara farklı hisseler almalarını öneren mali danışmanlar gibi, Schneider de medyada birden fazla kez görünmenin, tek bir kötü haberin etkisini azaltmaya yardımcı olacağını söylüyor. Amerikan Bilim Geliştirme Derneği'nin 1996 yılındaki toplantısında, dinleyicilere şöyle demişti: "Bazı haberler sizi meslektaşlarınız karşısında bir aptal durumuna düşürür; bazıları ise, sizi hak ettiğinizden daha iyi gösterir."[18] (Yine de Schneider, politik arenada ve medyada göz önünde olma konusunda kendisinin göstermiş olduğu gayreti göstermeye hazır olmayan bilim insanlarının, her şeye rağmen op-ed'ler ve editöre mektuplar yazmak ya da küçük topluluklara konuşmak gibi bu kitapta anlatılan birçok yolla katkıda bulunabileceklerini kabul ediyor.)

V. Bölüm'de söz ettiğimiz gibi, medya karşısına çıkmak ciddi hazırlık gerektiren bir iştir. Burada sadece konunuzu bilmekten söz etmiyoruz –bunu söylemeye gerek bile yok. Mesajınızı nasıl vereceğinizden söz ediyoruz. Schneider, medya ile politika konularını konuşacak bilim insanlarının *olanla, olması gerekenin* farklı şeyler olduklarının ayrımını ortaya koymak için ellerinden gelen çabayı göstermelerini öneriyor. Başka bir deyişle, *olması gereken* hakkındaki düşüncelerinin, gerçekte *olan* hakkındaki

öznel yargılarını etkilemesini önlemeye çalışmalıdırlar. Bu, bilim insanlarının kendilerini sadece bilimsel olguları ifade etmeyle sınırlamaları gerektiği anlamına gelmez. "Ben de, tercih yapmaya hakkı olan bir vatandaşım," diyor Schneider. Bu onların, ne zaman bir şeyler öğrettikleri ve ne zaman bir öneride bulunduklarını açık olarak belirtmeleri gerektiği anlamına gelir.

Kendi önyargılarını ve bilimsel bilgilerinin zayıf taraflarını anlamış bilim insanları, daha henüz kamuoyuna açılmaya hazır değillerdir. Schneider, böyle bilim insanlarının, yenemeseler bile, yüzleşmeleri gereken bir "çifte etik çıkmaz" ile karşı karşıya olduklarını söylüyor. Bir tarafta, profesyonel görevleri onların, bilimlerini doğru olarak anlatmalarını gerektirir. Bu da, olası tüm sonuçları tek tek anlatmak ve bunların her birinin gerçekleşme olasılığının var olduğunu belirtmek demektir. Örneğin, sera etkisinde, olası sonuçlar iklimdeki düşük seviyeli bir değişimle, kutuplardaki buz örtüsünü bozan, deniz seviyesini yükselten ve sahil şehirlerini sular altında bırakan ani bir iklimsel felaket arasındaki bir yelpaze içinde olabilir. Tabii ki, bu iki sonucun her ikisi de pek olası değil. Daha olası olan, deniz seviyesinin onlarca santimetre ve küresel sıcaklığın da birkaç derece artmasını (yavaş yavaş da oluşsalar, sonunda sağlık, ekonomik ve çevresel faturaları çok ağır olacak değişimler) öngören daha ılımlı (ama yine de çok ciddi) senaryolardır. Schneider, titizlikle hazırlanmış dürüst bir bilimsel sunumun, sonuçların hesaplanmasındaki belirsizlikleri de belirtmesi gerektiğini söylüyor.

Etik çıkmazın "diğer tarafı" ise, politikayı etkilemeye çalışan bilim insanlarının, katkılarının etkin olmasını istemeleridir. Ama iklim değişikliği gibi karmaşık bir konuda, yukarıda anlatılan biçimde yapılmış ayrıntılı ve eksiksiz bir analizi içeren bir raporun metni, büyük bir şehrin telefon rehberinden daha kalın olurdu. Olguların gerçekten dürüst ve doğru bir sunumu için Schneider'in ileri sürdüğü tüm elemanları içeren sözlü ifadeler yanında kapsamlı bir meclis oturumu tutanağı bile tek kıtalık bir şiir gibi kalabilir. Dolayısıyla, dürüst olma amacının, etkinliği azaltmak gibi bir riski, hatta olasılığı vardır. Ağırlık kaldırma

çalışması için kullanılabilecek bir cildi okumaya hevesli çok az sayıda kanun yapıcı, gazeteci veya başka bir kişi vardır. Ve günümüzde, o "on beş dakikalık şöhret anı", gerçekte televizyonda otuz saniye, bir meclis tartışmasında ise beş dakika civarında sürer. Önceden de dediğimiz gibi, haberlerde ya da halka açık bir oturumda nüanslara pek yer olmaz. Etkili olmak için, az ve öz, duru, anlınsanabilir ve mümkünse renkli bir biçimde konuşmanız gerekir. Bu gereksinimler, ne yazık ki, dürüstlük gereksinimleri ile çatışmaktadır.

Peki, Bir Bilim İnsanı Ne Yapmalı?

Schneider'in önerisi, aynen bizim de bu kitapta vurguladığımız gibi, zaman ya da yer kısıtlamaları basit ve özlü açıklamalar gerektiriyorsa, "anlaşılabilir bir dil ve metaforlar" ile sunumunuzun etkinliğini sağlamanızdır. Dolayısıyla, Schneider televizyon ve radyo söyleşileri ve meclis oturumlarında etkinlik adına basite indirgemeye razı ama, yayındaki açıklamalarını bir "dizi destek ürünü" ile destekliyor: görüş belirten makaleler, ortalama düzeydeki kişiler için makaleler, web siteleri ve kitaplar –her biri, bir öncekinden daha ayrıntılı (ve sıkıcı) olmak üzere.

Len Fisher, David Grinspoon, Jonathan Beckwith ve Stephen Schneider'ın hepsinin önemli en az bir ortak noktaları var: Hepsi de halkın bilimsel düşünce biçimini anlamasına yardımcı olmaya ve kamu politikalarına rasyonel ve bilimsel olarak sağlıklı bir düşünce tarzı getirmeye çabalıyorlar. Bu övgüye değer ve tartışılmayacak bir amaç gibi görünebilir ama, deneyimlerinin gösterdiği gibi, erişilmesi güç ve riskli bir hedef de olabilir. Bazen, güçlü bir karakter yapısı ve kişisel özveri gerekebilir. Yine de, tüm güçlüklere rağmen bu bilim insanları ve onlar gibi daha niceleri, geçmiş oldukları yollardan geçtiklerine memnun olduklarını söylüyorlar. Mahatma Gandhi'nin tavsiyesini de göz önüne alarak, diğerlerini de kendi açtıkları yoldan gelmeleri için teşvik ediyorlar: "Dünyada görmek istediğiniz değişim siz olun."[19] Gelecek kuşaklar için daha iyi bir dünya istiyorsak, bu kitapta adı geçen bilim insanlarının çoğu, mesleklerinin kendisini ve ge-

nelde bilimin değerini kamuoyuna daha iyi anlatması gerektiğini söylüyor. Bu yurttaşlık görevinizi yerine getirmenizde yeni bir yol bulmak için bu kitabın size bir esin kaynağı olmuş olduğunu ümit ediyoruz.

Notlar

Giriş

1 National Science Board Science and Engineering Indicators 2004 (Ulusal Bilim Kurulu, Bilim ve Mühendislik Göstergeleri 2004), 1. Cilt (Arlington, VA: National Science Foundation, 2004), s. 7-16.
2 a.g.e.
3 a.g.e., s. 7-23
4 a.g.e.
5 Kevin Coyle, "Achieving Environmental Literacy in America" (Amerika'da Çevresel Okuryazarlığı Başarmak) (Washington DC: National Environmental Education & Training Foundation, 2005), s. ix. (http://www.neefusa.org/pdf/ELR2005.pdf)
6 Albert Einstein, Museum of Science and Industry'nin ithaf törenindeki konuşma, 11 Şubat 1936, Çevrimiçi Einstein Arşivleri, Kudüs Musevi Üniversitesi ve Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü Einstein Belgeleri Projesi'nin izinleriyle, 2003.
7 Greg Pearson ve A. Thomas Young, (ed.), *Technically Speaking* (Teknik Olarak Konuşmak) (Washington DC: National Academy Press, 2002),s. 1.
8 Coyle, "Achieving Environmental Literacy", s. 7.
9 Jacob Bronowski, *Science and Human Values* (Bilim ve İnsan Değerleri) (New York: Harper & Row, 1956), s. 13.

1. Bölüm: Konuşmamız Lazım

1 Richard Hayes, yayımlanmamış Duyarlı Bilim İnsanları Birliği üyeleri anketi.
2 Jim Hartz ve Rick Chappell, *Worlds Apart: How the Distance Between Science and Journalism Threatens America's Future* (Ayrı Dünyalar: Bilim ve Gazetecilik Arasındaki Uzaklık Amerika'nın Geleceğini Nasıl Tehdit Ediyor?) (Nashville, TN: First Amendment Center, 1997).
3 a.g.e., s. xii.
4 a.g.e., s. 126-132.
5 Market & Opinion Research International (MORI) tarafından Wellcome Vakfı için yapılan araştırma, *The Role of Scientists in Public Debate* (Bilim İnsanlarının Halka Açık Tartışmadaki Rolü), Mart 2000.
http://www.wellcome.ac.uk/assets/wtd003425.pdf
6 a.g.e., s. 17
7 İngiltere'deki bazı eylemciler, bazı bilim insanlarının daha iyi bir basın istemelerinin bir nedeninin de, süt üretimini arttırması için sığır büyüme hormonunun kullanımına, genetik yapısı değiştirilmiş besinlere ve diğer yeni teknolojilere halkın gösterdiği yaygın tepkiye karşılık vermek olduğunu söylerler. Doğru ya da yanlış, ama bu tartışmaların iki ucunda yer alan bilim insanları, görüşlerini halka duyurmak için gelişmiş iletişim becerilerini kullanabilecekler.
8 British Association for the Advancement of Science "BA Medya Bursları". http://www.the-ba.net/NR/rdonlyres/BF/281954-2778-470F-981A-E05CEE956B10/0/MediaFellowsEvaluationReport.pdf
9 James W. Tankard ve Michael Ryan, "News Source Perceptions of Accuracy of Science News Coverage" (Bilim Haberlerinin Doğruluğu Hakkında Haber Kaynaklarının Algıları), *Journalism Quarterly* 51 (1974), s. 219.
10 Deborah M. Urycki ve Stanley T. Wearden, "Science Communication Skills of Journalism Students" (Gazetecilik Öğrencilerinin Bilim İletişim Becerileri), *Newspaper Research Journal* 19 (1998), s. 64.
11 Televizyon yayınlarının hep sözü edilen aşındırıcı etkisini doğrulayan bir bulgu da, bilgilerinin çoğunu televizyon yerine yazılı medyadan edinen öğrencilerin yazdıkları makalelerin daha iyi olmasıdır.
12 Sheila Tobias, "Restructuring Supply, Restructuring Demand" (Arzı Yeniden

Yapılandırmak, Talebi Yeniden Yapılandırmak), *Change* 27 (1995), s. 22.

13 D. P. Phillips, E. J. Kanter, B. Becharezk ve P. L. Tastad, "Importance of the Lay Press in the Transmission of Medical Knowledge to the Scientific Community" (Tıbbi Bilgilerin Bilimsel Camiaya İletilmesinde Günlük Basının Önemi), *New England Journal of Medicine* 325 (1991), s. 1180-3.

14 Jennifer S. Haas, Celia P. Kaplan, Eric P. Gerstenberger ve Carla Kerlikowiske, "Changes in the Use of Postmenopausal Hormone Therapy After the Publication of Clinical Trial Results", (Klinik Test Sonuçlarının Yayımlanmasının Ardından Postmenopoz Hormon Tedavisi Kullanımında Değişiklikler) *Annals of Internal Meicine* 140 (2004), s. 184-8.

15 A. Brzezinski, M. G. Vangel, Richard J. Wurtman, G. Norrie ve diğerleri, "Effects of Exogenous Melatonin on Sleep: A Metanalysis" (Dış Kaynaklı Melatoninin Uyku Üzerindeki Etkileri: Bir Meta Analiz), *Sleeep Medicine Reviews* 9 (2005), s. 41-50.

16 National Science Board Science and Engineering Indicators 2004 (Ulusal Bilim Kurulu, Bilim ve Mühendislik Göstergeleri 2004), 2. Cilt, (Arlington, VA: Ulusal Bilim Kurulu, 2004), s. A5-4.

17 National Science Board Science and Engineering Indicators 2004 (Ulusal Bilim Kurulu, Bilim ve Mühendislik Göstergeleri 2004), 1. Cilt, s. 4-30; ve Ulusal Bilim Kurulu, Bilim ve Mühendislik Göstergeleri 2004, 2. Cilt, s. A5-5.

18 a.g.e.

19 National Science Foundation, *Merit Review Broader Impacts Criterion: Representative Activities* (Liyakat Değerlendirmesinin Daha Kapsamlı Etkilerinin Ölçütleri: Örnek Etkinlikler). http://www.nsf.gov/pubs/gpg/broaderimpacts.pdf

2. Bölüm: En İyisini Bekleyin, En Kötüsüne Hazırlıklı Olun

1 Chris D. Thomas ve diğerleri, "Extinction Risk from Climate Change" (İklim Değişimi Nedeniyle Soyların Tükenme Riski), *Nature* 427 (2004), s. 145.

2 Örneğin, James Gorman, "Scientists Predict Widespread Extinction by Global Warming" (Bilim İnsanları Küresel Isınma Nedeniyle Yaygın Soy Tükenmeleri Öngörüyorlar), *New York Times*, 8 Ocak 2004, akşam baskısı.

3 Jane Kay, "Dire Warming Warning for Earth's Species: 25% Could Vanish by 2050 as Planet Heats Up, Study Says", (Dünyadaki Türler İçin Kaygı Verici Isınma Uyarısı: Araştırmaya Göre, Dünya Isındıkça 2050 Yılından Önce Türlerin % 25'i Yok Olabilir), *San Francisco Chronicle*, 8 Ocak 2004, son baskı.

4 Tom Spears, "Warming Will Kill Off a Million Species in 50 Years: Report" (Isınma 50 Yılda Bir Milyon Türü Yok Edecek: Rapor), *Ottawa Citizen*, 8 Ocak 2004, son baskı.

5 Richard J. Ladle, Paul Jepson, Miguel B. Aráujo ve Richard J.Whittaker tarafından yazılan bir Editöre Mektup, "Dangers of Crying Wolf over Risk of Extinctions" (Soyların Ortadan Kalkması Riski Hakkında Yersiz Telaşın Tehlikesi), *Nature* 428 (2004), s. 799.

6 Lee Hannah ve Brad Phillips tarafından yazılan bir Editöre Mektup, "Extinction-Risk Coverage is Worth Inaccuracies" (Soyların Ortadan Kalkması Haberleri Yanlışlıklara Değer), *Nature* 430 (2004), s. 141.

7 Steve Connor, "Scientists Find Prozac 'Link' to Brain Tumors" (Bilim İnsanları Prozac ile Beyin Tümörleri Arasındaki 'Bağlantıyı' Buldular), *Independent*, 26 Mart 2002.

8 a.g.e.

9 Adamantios Serafeim ve diğerleri, "5-Hydroxytryptamine Drives Apoptosis in Biopsylike Burkitt Lymphoma Cells: Reversal by Selective Serotonin Reuptake Inhibitors" (5-Hidroksitriptamin, Biopsylike Burkitt Lenfoma Hücrelerinde Apoptozu Tetikliyor: Seçici Serotonin Geri Alım İnhibitörleri ise Geri Dönüşü Sağlıyor), *Blood* 99 (2002), s. 2545.

10 Martha C. Whiteman, I. J. Deary, A. J. Lee ve F. G. R. Fowkes, "Submissiveness and Protection from Coronary Heart Disease in the General Population: Edinburg Artery Study" (Genel Nüfusta Teslimiyetçilik ve Koroner Kalp Hastalıklarından Korunma: Edinburg Arter Çalışması), *Lancet* 350 (1997), s. 541.

11 David Fletcher, "Put Down That Rolling Pin Darling, It's Bad for Your Heart..."

(O Oklavayı Elinden Bırak Sevgilim, Kalbin İçin İyi Değil...), *Daily Telegraph* (İngiltere), 21 Ağustos 1997; Ian J. Deary, Martha C. Whiteman ve F. G. R. Fowkes tarafından "Medical Research and the Popular Media" (Tıbbi Araştırmalar ve Popüler Medya) yazısında alıntılandı, *Lancet* 351 (1998), s. 1726.

12 Deary, Whiteman ve Fowkes, *Medical Research and the Popular Media* (Tıbbi Araştırmalar ve Popüler Medya).

13 Makale, "Media Studies for Scientists" (Bilim İnsanları İçin Medya Çalışmaları), *Nature* 416 (2002), s. 461.

14 Örnek için bakınız: S. Dunwoody ve B.T. Scott, "Scientists as Mass Media Sources" (Kitle İletişim Kaynağı Olarak Bilim İnsanları), *Journalism Quarterly* 59 (1982), s. 52-59; S. Dunwoody, "A Question of Accuracy" (Bir Doğruluk Meselesi) *IEEE Transactions on Professional Communication*, PC25 4 (1982), 196-199; S. Dunwoody, "The Scientist as a Source" (Bir Kaynak Olarak Bilim İnsanı), *Scientists and Journalists: Reporting Science as News*'ta (Bilim İnsanları ve Gazeteciler: Bilimi Haber Olarak Sunmak), ed. S. M. Friedman, S. Dunwoody ve C. L. Rogers (New York: The Free Press, 1986), s. 3-16; ve J. W. Tankard ve M. Ryan, "News Source Perceptions of Accuracy of Science News Coverage", (Bilim Haberlerinin Doğruluğu Hakkında Haber Kaynaklarının Algıları) *Journalism Quarterly* 51 (1974), s. 219-225.

15 Vikki Entwistle, "Reporting Research in Medical Journals and Newspapers" (Tıbbi Dergilerde ve Gazetelerde Araştırmaların Sunumu), *British Medical Journal* 310 (1995), s. 920.

16 Saira Bahl, Michelle Cotterchio, Nancy Kreiger ve Neil Klar, "Antidepressant Medication Use and Non-Hodgkin's Lymphoma Risk: No Association" (Antidepresan İlaç Kullanımı ve Hodgkin-dışı Lenfoma Riski: Bir İlişki Yok), *American Journal of Epidemiyology* 160 (2004), s. 566.

17 Tineke Boddé, "Biologists and Journalists: A Look at Science Reporting" (Biyologlar ve Gazeteciler: Bilim Haberciliğine Bir Bakış), *Bioscience* 32 (1982), s. 173-175.

3. Bölüm: Gazeteciler Yaptıklarını Neden Yaparlar

1 "The Project for Excellence in Journalism, The State of The News Media, 2004" (Gazetecilikte Mükemmellik Projesi, Haber Medyasının Durumu, 2004). http://www.stateofthemedia.com/2004/narrative_networktv_contentanalysis.asp?cat=2&media=4

2 a.g.e.

3 Scientists Institute for Public Information (Bilim İnsanları Kamu Bilgilendirme Enstitüsü), "Now in 66 dailies: Newspaper Science Sections Spreading Nationwide" (Şimdi 66 günlük gazetede: Gazetelerin Bilim Ekleri Ülke Genelinde Yayılıyor), *SIPIscope* 14 (1986), s. 1-17.

4 Andrew Tyndall, yayımlanmamış veri, www.tyndallreport.com; American Association of Advertising Agencies (Amerikan Reklam Ajansları Birliği) ve Association of National Advertisers (Ulusal Reklamcılar Birliği), Television Commercial Monitoring Report 18 (Televizyon Reklamları İzleme Raporu 18). Ancak, haber izlemek için internet kullanımı artmaktadır. Pew Research Center for the People and the Press (Pew Halk ve Basın Araştırma Merkezi) tarafından yapılan bir ankete göre, internete haftada en az üç defa başvuran insanların sayısı 1996 yılında % 2'den, 2003 yılında % 25'e yükselmiş bulunuyor. Bakınız Pew Research Center for the People and the Press, "Public's News Habits Little Changed by September 11" (11 Eylül İnsanların Haber Alışkanlıklarını Çok Az Değiştirdi) (Washington DC: The Pew Research Center, 2002). http://people-press.org/reports/display.php3?PageID=613

5 VCU Center for Public Policy (VCU Kamu Politikası Merkezi), "Public Values Science But Concerned About Biotechnology" (Kamuoyu Bilime Değer Veriyor Ama Biyoteknoloji Konusunda Endişeli), 2003. http://64.233.167.104/u/vcu?q=cache:qmrVr3AUv1MJ:www.vcu.edu/lifesci/images2/PublicValues.pdf+public+values+science&hl=en&ie=UTF-8

6 Stephen E. Bennet, Staci L. Rhine ve Richard S. Flickinger, The Things They Care About: Change and Continuity in America's Attention to Different News Stories

(Önem Verdikleri Şeyler: Amerika'nın Farklı Haberlere Olan Tavrında Değişim ve Süreklilik), *The Harvard International Journal of Press/Politics* 9 (2004), s. 84.

7 Pew Araştırma Merkezi, "Public's News Habits" (Toplumun Yeni Alışkanlıkları). http://people-press.org/reports/display.php3?PageID=616. a.g.e.

8 a.g.e.

9 Dan Rutz, "*Health Week*" (Sağlık Haftası), Cable News Network (CNN), 2 Haziran 1990.

10 Charles P. Alexander, "Medical Progress—Live! On CNN!" (Tıptaki Gelişmeler--Canlı! CNN'de!), *Time Magazine*, 25 Haziran 1990.

11 Judy Foreman, "Interest is Intense in an AIDS Heat Test" (AIDS Isı Testine İlgi Çok Fazla), *Boston Globe*, 7 Haziran 1990, şehir baskısı.

12 Paul Raeburn, "AIDS Patient Dies after Heat Treatment" (Isı Tedavisi Gören AIDS Hastası Öldü), Associated Press, 15 Ağustos 1990, gündüz haberleri.

13 "Summary of Findings: Site Visit Report: Clinical Use of Hyperthermia in AIDS" (Özet Bulgular: Site Ziyaret Raporu: AIDS Hastalığında Hiperterminin Klinik Kullanımı), National Institute of Allergy and Infectious Disease, 4 Eylül 1990.

14 Georgia Eyaleti, Tıp Doktorları Karma Eyalet Komisyonu, Kurul Kararı 91-259, 6 Ocak 1995. http://www.medical-board.state.ga.us/bdsearch/pdf/04-016011.pdf.

15 Paul Brooks, *The House of Life: Rachel Carson at Work with Selections from Her Writings, Published and Unpublished* (Hayat Evi: Rachel Carson Yayımlanmış ve Yayımlanmamış Yazılarından Seçmelerle İş Başında) (Boston: Houghton Mifflin, 1972) – Jon Fripp, Michael Fripp ve Deborah Fripp'in *Speaking of Science: Notable Quotes on Science, Engineering, and the Environment* (Bilim Deyince: Bilim, Mühendislik ve Çevre Üzerine Dikkate Değer Alıntılar) adlı eserinde alıntılandı (Eagle Rock, VA: LLH Technology Publishing, 2000), s. 3.

16 John S. James, "Hyperthermia Report: Only One Patient" (Hipertermi Raporu: Bir Tek Hasta), *AIDS Treatment News*, 1 Haziran 1990. http://www.aids.org/atn/a-104-03.html.

17 Alexander, "Medical Progress".

18 Gazetecilikte Mükemmellik Projesi, "Haber Medyasının Durumu, 2004". http://www.stateofthemedia.com/2004/narrative_overview_ownership.asp?media=1.

19 The Wallace Stegner Initiative of the Institutes for Journalism and Natural Resources, Matching the Scenery: Journalism's Duty to the North American West (Gazetecilik ve Doğal Kaynaklar Enstitüleri İçin Wallace Stegner Girişimi, Manzaraya Uyum: Gazeteciliğin Kuzey Amerika'nın Batısına Olan Görevi), 2003, s. 62, s. 64.

20 Gazetecilikte Mükemmellik Projesi, "Haber Medyasının Durumu, 2004". http://www.stateofthemedia.com/2004/chartland.asp?id=221&ct=line&dir=&sort=&col1_box=1&col2_box=1#.

21 The Wallace Stegner Initiative of the Institutes for Journalism and Natural Resources, Matching the Scenery

22 a.g.e., s. 26.

23 Gary Schwitzer, "Merely Lights and Wires?" (Yalnızca Işıklar ve Kablolar mı?). *Minnesota Medical Association* 86 (2003), s. 16-9.

24 Gary Schwitzer, "Ten Troublesome Trends in TV Health News" (TV Sağlık Haberlerinde On Kaygı Verici Eğilim), *British Medical Journal* 329 (2004), s. 1352.

25 Princeton Survey Research Associates'in Radio and Television News Directors Foundation için yaptığı bir çalışma, "Local Television News and Healthcare Survey: Report on the Findings Topline Results" (Yerel Televizyon Haberleri ve Sağlık Hizmetleri Araştırması: En Önemli Bulgular Hakkında Rapor), 1995, s. 5.

26 a.g.e., 23-4

27 a.g.e., 5

28 NASA yöneticisi Daniel S. Goldin tarafından yapılan açıklama, 6 Ağustos 1996.

29 Başkan Clinton'ın, Mars meteorunun keşfinden sonra yaptığı açıklama, 7 Ağustos 1996.

30 David McKay ve diğerleri, "Search for Past Life on Mars: Possible Relic Biogenic Activity in Martian Meteorite ALH84001" (Mars Gezegeninde Geçmiş Yaşam Arayışı: Mars Meteoru ALH84001'de Olası Kadim Biyojenik Etkinlik), *Science* 273 (1996), s. 924-930.

31 Kathy Sawyer, "NASA Releases Images of Mars Life Evidence; Space Agency Invites Further Inquiry by Others" (NASA Mars'ta Yaşam Kanıtlarının Görüntülerini Yayınladı; Uzay Ajansı Başkalarını da Araştırmalara Katkıda Bulunmaya Çağırıyor), *Washington Post*, 8 Ağustos 1996, son baskı.
32 Robert C. Owen, "Martian Message – There Was Once Ancient Life Here" (Mars'tan Mesaj – Geçmiş Zamanda Burada Yaşam Vardı), *Christian Science Monitor*, 8 Ağustos 1996.
33 John F. Kerridge'den editöre mektup, "Mars Media Mayhem" (Mars Medya Karmaşası), Science 274 (1996), s. 161.
34 Gazetecilikte Mükemmellik Projesi, "Haber Medyasının Durumu, 2004". http://www.stateofthemedia.com/2004/narrative_localtv_contentanalysis.asp?cat=2&media=6
35 Gazetecilikte Mükemmellik Projesi, "Haber Medyasının Durumu, 2005". http://www.stateofthemedia.com/2005/narrative_networktv_contentanalysis.asp?cat=2&media=4

4. Bölüm: Ağzınızdan Çıkanı Kulağınız Duyuyor mu?

1 Mike King, "Sordunuz, İşte Size Bazı Yanıtlar" (*You've Asked, and Here Are Some Answers*), The *Atlanta Journal-Constitution*, 26 Temmuz 2003, 13A.
2 Paula LaRocque, "Basit Bir Kavram, Açıklık" (*A Simple Concept, Clarity*), Dallas Morning News, 9 Mart 2003, 1F.
3 Bilim Öğretimi İçin Kaynak Kitabı (*Sourcebook for Teaching Science*) web sitesi, http://www.csun.edu/~vceed002/health/docs/tv&health.html.

5. Bölüm: Söyleşiyi Kontrol Altına Almak

1 Francis Solomon, "Muhabirlerle Sohbet; Sözcüğe Karşı Sözcük" (*Chatting with Reporters; Words on Words*), Policy and Practice, 1 Mart 2005, 32.
2 Jim Pavia, "Muhabirlerle Konuşmak İçin Yöntemler Gerçekten de Var" (*Guidelines for Talking to Reporters Do Exist*), *Investment News*, 9 Mayıs 2005, 10.
3 Solomon, "Muhabirlerle Sohbet," 32.
4 Pavia, "Muhabirlerle Konuşmak İçin Yöntemler," 10.
5 Leonard Downie Jr., "Derin Gırtlak: The [Washington] Post ve Watergate" (*Deep Throat: The Post and Watergate*), 1 Haziran 2005; 13:00 (Canlı Tartışma), http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/discussion/2005/06/01/DI2005060100769.html.

6. Bölüm: Muhabirin En Güvenilir Kaynağı: Siz

1 Andrew C. Revkin, "Çevre" (*The Environment*), Bilim Yazarları İçin Bir Alan Kılavuzu (*A Field Guide for Science Writers*) adlı eserde, 2. baskı, editörler, Deborah Blum, Mary Knudson, Robin Maranty Henig (Oxford: Oxford University Press, 2005), 222.
2 www.stateofthenewsmedia.org ve Federal İletişim Komisyonu.
3 Joseph B. Frazier, "Columbia Nehri Bahar Somonu En Düşük Seviyesinde" (*Columbia River Spring Salmon at New Lows*), Associated Press, 15 Nisan 2005.
4 David Perlman, "UC [California Üniversitesi] Fizikçileri, Kitlesel Yok Olmanın Her 62 Milyon Yılda Bir Yinelendiğini Buldular" (*Mass Extinction Comes Every 62 Million Years, UC Physicists Dicsover*), San Francisco Chronicle, 10 Mart 2005, A7.
5 Denis Cuff, "Araştırmaya Göre Öğrenci Rahatsızlıkları Trafikle Bağlantılı" (*Study Links Traffic, Student Ailments*), *Contra Costa Times*, 22 Şubat 2005, F4.
6 Guy Gugliotta, "Bilim Defteri" (*Science Notebook*), Washington Post, 9 Mayıs 2005, A7.
7 David Fleshler, "Bilim İnsanlarının Araştırması Florida Resiflerinin Geleceği Hakkında Uyarı Veriyor" (*Scientists' Study Warns of Fate of Florida's Reefs*), Knight Ridder Tribune News Service, Bradenton Herald, 20 Mart 2005, 15.
8 Patricia Smith, "[Kuzey Carolina], İstiridyelerin Soyu Tükenecek Tür Olduğu Görüşüne Karşı Çıkıyor" (*N.C. Opposes Endangered Species Status for Oysters*), Daily News, 16 Nisan 2005.
9 Eric Hand, "Neandertal İskelet Çan Şeklinde Bir Canlıyı Gösteriyor" (*Skeleton of Neandertal Reveals Bell-Shaped Being*), Seattle Times, 13 Mart 2005, A6. Er-

ic Hand *St. Louis Post-Dispatch* gazetesinin bir yazarıdır ancak, bu makale Seattle Times gazetesinde yayımlanmıştır.

10 Dawn Withers, "Bilim İnsanları Doğu Sahilinin Tsunamilere Karşı Savunmasız Olduğunu Söylüyorlar" (*Scientists Say E. Coast Vulnerable to Tsunamis*), *Chicago Tribune*, 9 Şubat 2005, C6.

11 Mike Lee, "Bir Nehri Canlandırmak: Colorado Nehri İçin Düşünülen 626 Milyon dolarlık ve 50 Yıllık Koruma Planı, Yerel Doğal Ortamın Gereksinimleri ile İnsanların Su Taleplerini Dengelemeye Çalışıyor" (*Reviving a River: A $626 Million, 50-Year Conservation Plan for the Colorado River Tries to Balance Needs of Native Habitat with People's Demand for Water*), *San Diego Union-Tribune*, 27 Mart 2005, A1.

12 Tom Vogt, "St. Helens Yanardağı: 25. Yıldönümü – Bilim İnsanları Uzaktan İzliyorlar; Cep Telefonları, Sayısal Görüntüler ve GPS Teknolojisi Bugün Yanardağ Gözlemini 1980'lerden Çok Farklı Kılıyor" (*Mount St. Helens: 25. Anniversary – Scientists Keep Tabs from a Distance; Cell Phones, Digital Images, GPS Technology Make Watching Volcano Today Vastly Different from 1980's Work*), The Columbian, 15 Mayıs 2005, 30.

13 Mac Daniel, "Balinanın Ölümü Ardında Sorular Bıraktı" (*Whale's Death Leaves Questions*), *Boston Globe*, 14 Aralık 2004, B5.

7. Bölüm: Doğru İletişim Araçlarını Seçmek

1 Bruce Dold, "Tribune [gazetesinin] Editörler Kurulu ile Tanışın; 157 Yıldır Düşündüğünü Sakınmadan Söyleyen Yurttaş" (*Meet the Tribune Editorial Board; A Citizen Speaks Its Mind for 157 Years*), *Chicago Tribune*, 26 Aralık 2004, C6.

2 Art Coulson, "Eh, Artık Sorunları Dürüst Bir Şekilde Tartışalım" (*Oh, For Some Honest Discussion of the Issues*), *St. Paul Pioneer Press*, 10 Ekim 2004, 10B.

3 Dold, "Tribune Editörler Kurulu ile Tanışın," C6.

4 Pete Wasson, "Görüşlerinizi Gazetede Yayımlatmak" (*Getting Your Thoughts into the Newspaper*), Wausau Daily Herald, 9 Nisan 2005, 6A.

5 Coulson, "Eh, Artık Sorunları Dürüst Bir Şekilde Tartışalım," 10.

6 *San Jose Mercury News* web sitesi arşivlerinden gazetenin izniyle.

7 Dold, "Tribune Editörler Kurulu ile Tanışın," C6.

8. Bölüm: Bir Şöhret ve Eylemci Olarak Bilim İnsanı

1 Wook Kim, Len Fisher'in Bir Bisküviyi Nasıl Bandırmalı (*How to Dunk a Doughnut*) yazısının değerlendirmesi, Entertainment Weekly, 24 Ekim 2003, iii.

2 Neal Lane, "Halk Bilim İnsanı ve Bilim Politikası" (*The Civic Scientist and Science Policy*), Bilim ve Teknoloji Politika Yıllığı'nda (*Science and Technology Policy Yearbook*) (Washington DC: Amerikan Bilim Geliştirme Derneği, 1999), bölüm 22.

3 Neal Lane, "Amerikan Bilim ve Teknoloji Politikasına Bir Bakış – Ufuktaki Fırtına Bulutları" (*A Perspective on American Science and Technology Policy – Storm Clouds on the Horizon*) (Oklahoma Üniversitesi'nde yapılan bir konuşma, Norman, OK, 24 Mart 2005).

4 Len Fisher, "Seksin Fiziği" (*The Physics of Sex*), Physics World 8 (1995), s. 76.

5 Len Fisher, "Fizik Bisküviyi Kaptı" (*Physics Takes the Biscuit*), *Nature* 397 (1999), s. 469.

6 Bisküvi bandırmak ve bilinenin bilimi hakkında başka örnekler için, bakınız Len Fisher, Bir Bisküviyi Nasıl Bandırmalı: Günlük Yaşamın Bilimi (*How to Dunk a Doughnut: The Science of Everyday Life*) (Londra: Orion Publishing Group, 2002); ve Len Fisher, Ruhu Tartmak: Bilimsel İnançların Evrimi (*Weighing the Soul: The Evolution of Scientific Beliefs*) (Londra: Orion Publishing Group, 2004). Ig Nobel Ödülü hakkında bilgi için bakınız: http://www.improbable.com/ig/ig-top.html.

7 Rae Goodell, Göz Önündeki Bilim İnsanları (*The Visible Scientists*) (Boston: Little, Brown, 1977).

8 Carl Sagan, Evren (*Cosmos*) (New York, Random House, 1980).

9 Lane, "Amerikan Bilim ve Teknoloji Politikasına Bir Bakış".

10 David Grinspoon, Venüs Ortaya Çıkıyor: Gizemli İkiz Gezegenimizin Bulutlarının

Altına Yeni Bir Bakış (*Venus Revealed: A New Look Below the Clouds of Our Mysterious Twin Planet*) (Perseus Books Group, 1997).

11 Colorado Üniversitesi (Boulder) Bilim ve Sanat Yüksekokulu dekanı Peter Spear'in mektubu, "David Grinspoon için Kadro ve Terfi Değerlendirmesi" (*Tenure and Promotion Review for David Grinspoon*), 6 Mart 1998.

12 David Grinspoon, Yalnız Gezegenler: Dünyadışı Yaşamın Doğa Felsefesi (*Lonely Planets: The Natural Philosophy of Alien Life*) (New York: Ecco Press, 2003).

13 "David Grinspoon'un Dünyası" (*David Grinspoon's World*). http://www.funky-science.net/index.html.

14 Jon Beckwith, Genleri Yaratmak, Sorun Yaratmak: Bilim Dünyasında Sosyal Bir Eylemci (*Making Genes, Making Waves: A Social Activist in Science*) (Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002).

15 a.g.e., 55.

16 P. Jacobs, ve diğerleri, "Saldırgan Davranışlar, Normal-altı Olmak ve XYY Erkeği" (*Aggressive Behavior, Subnormality, and the XYY Male*), *Nature* 208 (1965), s. 1351-1352.

17 Hongping Tian, Dana Boyd ve Jon Beckwith, "Hücre Zarı Protein Birleşimindeki Kusurlar İçin Mutant Arayışı, Bakteriyel Sinyal Tanıma Parçacığını ve Sec Mekanizmasını Etkileyen Mutasyonları Ortaya Çıkarttı" (*A Mutant Hunt for Defects in Membrane Protein Assembly Yields Mutations Affecting the Bacterial Signal Recognition Particle and Sec Machinery*), PNAS 97 (2000), s. 4730-4735.

18 Sharon M. Friedman, Sharon Dunwoody ve Carol L. Rogers, editörler, Belirsizliği İletmek: Medyanın Yeni ve Tartışmalı Bilime Yaklaşımı (*Communicating Uncertainty: Media Coverage of New and Controversial Science*) (Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1999), 91.

19 Jon Fripp, Michael Fripp ve Deborah Fripp, Bilim Deyince: Bilim, Mühendislik ve Çevre Üzerine Dikkate Değer Alıntılar (*Speaking of Science: Notable Quotes on Science, Engineering, and the Environment*) (Eagle Rock, VA: LLH Technology Publishing, 2000), 200.

Dizin

ABC, 54
ABD Yeşil Yapı Kurumu (*U.S. Green Building Council*), 149
acil haberler, 108-109
AIDS, 38-41
Aldo Leopold Liderlik Programı, 5
algı açığı, 6
Allen, Frank, 44, 46
Alonso, Kenneth, 39, 40, 43
alt mesajlar (konuşma noktaları), 59-60, 63, 64, *77*, 84, 90, 114, 127, 135-136, 166
ambargo altındaki basın bülteni, 126
American Journal of Epidemiology, 32
Amerikan Bilim Geliştirme Derneği (*The American Association for the Advancement of Science* - AAAS), 5
Amerikan Halk Sağlığı Hizmetleri Derneği (*American Public Health Services Association - APHSA*), 80
Amerikan Jeofizikçiler Birliği (*American Geophysical Union*), 5
Amerikan Mikrobiyoloji Derneği (*American Society of Microbiology*), 179
ana mesajlar, *57*-63, 83-84, 90
analoji, *57*, 69
Aney, Warren, 29, 86, 100
Annals of Internal Medicine, 11
antidepresanlar ve kanser, 21-26
"aptal yerine koymak", 60-61, 185-186
araştırma/geliştirme finansmanı, 13-15
araştırma-sonuç haberi, 109
arka plan grafiği/fon, televizyon söyleşisi için, 92
Associated Press, 101, 109, 116, 160
Atlanta Journal-Constitution, kısa açıklama örneği, *72*
Atwater, Brian, 65
Austin American-Statesmen, 101
Avril, Tom, 120
Awad, Amira, 138
Ayrı Dünyalar (*Worlds Apart*) (rapor), 2, 4, 8
Ayrı Dünyalar çalışması, 2-4, 8

Bahcall, John, 66
Baltimore Sun, 70, *75*, *157*
Bandfield, Joshua, *74*
Bangor Daily News, op-ed ve, 156
banttan-canlı söyleşi, 89, 90
basın açıklaması, 131-133
  örnek, 132-133
basın bülteni, 120-131
  alt mesajlar, 122
  ambargoya alınmış, 126
  ana mesajlar, 122
  başarılı bir basın bülteninin öğeleri, 122-126, 124
  dağıtımı, 130-131
  gazetecilik tarzı, 124

kanca, 122-123
kısa açıklamalar ve, 122, 125
kısalık, 125-126
örnek, 128-130
tarih/iletişim bilgileri, 126-127
tutarlı format, 127
yeterli hazırlık zamanı, 127-128
basın ile etkileşim,
basit/ama fazla basit olmayan mesaj, 60-63
kısa açıklama (bkz. kısa açıklama)
odaklanmış mesaj, 58-60
sayıları/yöntemi basitleştirmek, 70-72
basın seti, 162-163
basın toplantısı, 157-161
hazırlıklar, 160-161
telefon, 161
basitleştirme, haberde, 20
benzeşim, 69
Beckmann, Jon, 125, 128
Beckwith, Jonathan, 179-184, 188
bilerek yapılan yanlışlar,
sansasyonel manşetler/metinler, 18, 21-26, 29
yanlış alıntılanmak, 26-29
bilgi/haber, arasındaki farkı belirleyen etkenler,
anlaşmazlık/tartışma, 111
duygulara hitap etmek, 114
diğer haberler ile ilişkiler, 112
olağan dışı öykü, 111-112
önemli bir kişi/şey ile bağlantı, 112-113
sevilen mekânlar, 110
yeni araştırmalar, 109
yıldönümleri ile bağlantı, 113
bilim insanı-muhabir ilişkileri, sağlıklı bir ilişki için etkenler,
araştırma/düşüncelerinizin görünürlüğünü arttırmak, 96-97
başka kapıları açmak, 98
belli bir konu hakkında muhabirin ilgisizliği, 116
bilgi/haber ayrımının farkında olmak, 108-114
danışılacak bir uzman olmak, 96
haber akışını dengelemek, 97
haberleri izlemek, 101-102
ihtiyatlı davranmak, 114
medyayı değil, muhabiri hedeflemek, 100-101
mesajınızı hazırlamak, 106-107
muhabirden değerli bilgi almak, 97-98
muhabiri güncel tutmak, 97
toplantı ayarlamak, 102-103
yararları, 10-16
yerelden, bölgesele ve ulusal seviyeye geçmek, 114-116
yüz yüze buluşmak, 103-105
bilim insanının yanlış alıntılanması, gazeteci tarafından, 26-31
bilinenin bilimi, 172
Birmingham Üniversitesi, 21-24
Blood (dergi), 22-24, 32
Blum, Deborah, 3-5, 37

Boddé, Tineke, 32
Boston Globe, 102, 114
  basın bülteni ve, 120
  kısa açıklama örneği, *67*, 69, *73*, *74*
Bradenton Herald, 110
Bretz, Michael, 105
Brewer, Peter, *71*
British Medical Journal, 31-32, 45
Bronowski, Jacob, VI
BTA kuralı, 141
Burda, Clemens, *67*
Bush, George, *27*
Business Week, kısa açıklama örneği, *74*

Cahoon, Lawrence, 60
canlı söyleşi, 88-89, 90
Caplan, Aric, 89, 90, 91, 92, 163, 164, 165
Carson, Rachel, 41
Cater, Morrow, 91-92, 158
Cater Communications (şirket), 91, 158
CBS, VI, *54*, 165
Chan, Kai M.A., 59
Chapman, Clark, *76*
Chapman, Duane, 69
Chappell, Rick, 2-3
Charlotte Observer, 141
Chicago Tribune, 112, 118
  editöre mektuplar ve, 136
  op-ed ve, 145-149, 156
Clarke, John-Paul, *73*
Cleveland Plain Dealer, 61, 102, 140
  kısa açıklama örneği, *67*, *70*
Climate Change (dergi), 184
Clinton, Bill, *52*
CNN, *54*, 116, 166,
  hipertermi haberi, 38-41, 43, 48
Collins, William A., 139, *157*
Colorado Üniversitesi, *5*
Commoner, Barry, *174*
Connor, Steve, 22-24
Contra Costa Times, 110
Cook, Gareth, 102, 120, 121, 135
Coulson, Art, 136, 138
Crawford, Carl, 39-40
Crum, Lawrence, *74*
C-Span, 49

Çevre Koruma Dairesi (*Environmental Protection Agency – EPA*), 147-148
çevreci gazetecilik, 18-20, 27-28, 29-30, *44*, 46-47, 105, 146-149, 184-185

Daily Telegraph, *25*
Dallas Morning News, *37*, 61
Dauphas, Nicolas, *70*
Dawson, Todd, 65

Deary, Ian, 24
dengeli/adil olmak, iyi gazetecilikte, 50-51
Denver Doğa ve Bilim Müzesi (*Denver Museum of Nature and Science*), 177
Denver Post, 141
Derrington, Andrew, *7*, 28
Diamond, Jared, *174*
doğruluk, gazetecilikte, bilimsel makalelerde, 8-9
doktor-hasta ilişkisi, 38, *47*
Dold, Bruce, 118
Downie, Jr., Leonard, 80
Dunwoody, Sharon, 3-4, *7*, 8, 9
Duyarlı Bilim İnsanları Birliği (*Union of Concerned Scientists*), 2, 132-133, 142

Earle, Sylvia, *174*
Early Show, 165
Economou, Thanasis, *70*
Edinburgh Üniversitesi, 24-25
editöre mektup, 135-138
  örnek, *137*
  yazma nedeni, 136
editörler kurulu toplantıları, 118-120
Ehrlich, Paul, *174*
Einstein, Albert, IV
ekolojik sorunlar, V, VI, 62-63
Ekosistem Araştırmaları Enstitüsü (*Institute of Ecosystem Studies*), 100
Entwistle, Vikki, 31
enformasyon görevlileri, 121, 126-127, 130
e-posta, 103, 116, 130, 131, 132, 135, *157*
Erickson, Gregory, *76*
espriler, kısa açıklamalarda, *73-77*
EurekAlert!, 130, 131
Evans, Bill, 11
Ewegen, Bob, 141
Exobiological Strategy for Mars Exploration), 53
eylemci bilim insanı, 178-184

Federal İletişim Komisyonu (*Federal Communications Commission – FCC*), 42
fırsatçılık ve popüler bilim, 170-173
Field, Christopher, *66*
Financial Times of London, *7*
finansman, araştırma/geliştirme için, 13-15
First Amendment Merkezi (Vanderbilt Üniversitesi), 2
Fisher, Len, 169-175, 178, 188
Flashman, Stuart, 96, 97, 98
"flaş haber ve süprüntü haber", *47*
Fleishman, Erica, 60
Formosa Plastics Corporation (şirket), 147-148
Fowkes, F.G.R., *24*
Frelich, Lee, V, VI, 4, 59, 62, 63
Frick, Paul, 166, *167*
Fuhrman, Jed A., 15, 61
Funk, John, *57*, 61
füze savunması op-ed'i, 142-145

gazeteciler,
iş yükündeki artış, 43-45
işi kolaylaştırmak için genetik araştırmalar, 179-184
yetersiz eğitim, 8-10
gazetecilik bursları,
Amerikan, 4-5
İngiliz, 6-7
gazetecilik içeriği, 48-49
gazetecilik stili, 48-49
Gazetecilikte Mükemmellik Projesi (*Project for Excellence in Journalism*), 55
gazeteler,
kadrolu bilim muhabiri sayısını azaltmak, 10, 37
kârlılık, 43-44
konsolidasyon, 43
Gellerman, Bruce, 49
Goldin, Daniel S., 51-52
Good Morning America, 165
Gordon, John, 21-24, 32, 56
Gottfried, Kurt, 132, 142-145
görsel malzeme, iletişim aracı olarak, 162
Grinspoon, David, 174-178, 188
Gronlund, Lisbeth, 141-145
Gross, Richard, 157
Grossman, Daniel, 5

H. John Heinz III Bilim, Ekonomi ve Çevre Merkezi (*H. John Heinz III Center for Science, Economics and the Environment*), 17
haber, acil, 108-109
a*yrıca bkz.* bilgi/haber, arasındaki farkı belirleyen etkenler
tanım, 108-109
Halk İçin Bilim hareketi (*Science for the People*), 179, 183, 184
halka yakın bilim insanları, 174-178
Hammill, Matt, 47
Hannah, Lee, 18-20, 28, 56,
Harris, Richard, 88, 89, 90, 115, 134, 163
Hartz, Jim, 2
Haworth, Steve, 43
Hofstetter, Dodie, 136
Home Front Communications, 166

Independent, 21-23
Investment News, 80
Irkçılığa Karşı Olan Anne Babalar (*Parents Against Racism*), 151

ihmalden doğan yanlışlar, 31-33
"İklim Değişimi Nedeniyle Nesillerin Tükenme Riski" (*Extinction Risk From Climate Change*), 19
iletişim aracı,
basın açıklaması, 131-133
basın bülteni (bkz. basın bülteni)
basın seti, 162-163
basın toplantısı, 157-161
editöre mektuplar, 135-138
editöryel kurul toplantısı, 118-120

e-posta, 135
görseller, 162
op-ed (bkz. op-ed)
radyo, 163-164
tanışma toplantısı 118,
telefon çağrısı, 134
uydu televizyon turu, 164-165
video basın bülteni, 166-168
iletişim engelleri, bilim insanı için,
basmakalıp sözler, VIII, 7-10, 18
ihtiyat/ünün korunması, VIII
yanlış anlamalar, VII-VIII, 2-7
iletişimsel doğruluk, 8-9
İngiliz Bilim Geliştirme Derneği (*The British Association for the Advancement of Science*), 6-7
İnsan Genomu Projesi (*Human Genome Project*), 183
İnternet, bir haber servisi olarak büyümesi, 193 (4. not)
İnternet radyosu, 163
izlenme oranları, 42-43
izleyici kitlesi, televizyon, azalan sayı/düşen yaş, 36-37

Jahnke, Christine, 58, 62, 81, 84, 85, 86, 92
jargon, 3, 8, 62-63, 64, 88
Johnson, Roger, 121, 122
Johnson, Torrance, 77
Journal of the Zoological Society of London, 123

kamu sağlığı, 11-13
kanser, 38-41
Kara Panterler (*Black Panthers*), 180
kariyer geliştirme, basında yer almanın rolü, 15
Katsanis, Nicholas, 72
Kerridge, John, 52-53, 54, 55
kısa açıklama, 63-77, 83
açıklayıcı dil kullanımı, 68-70
espriler katmak, 73-77
jargon ve, 72-73
kullanımında ölçülü olmak, 77
örnek, 65-66, 67, 68-72, 73, 74-77
tutkulu olmak, 66-68
yerine oturtmak, 64-66
kısa yollar, 45-46
kısaltmalar/akronimler, kaçınmak, 62
kısıtlamaların kaldırılması, yayıncılık sektöründe, 42
Kirshner, Robert, 74
Klinik Araştırmalar Merkezi (MIT'te) (*Clinical Research Center*), 12
klişeler, 72-73, 75, 76, 151
klişeler, bilim insanları hakkında, VIII, 7-10, 18
Knight Bilim Muhabirliği Bursu (MIT) (*Knight Science Journalism Fellowship*), 5
Kohn, David, 99, 101
konsolidasyon, kanal mülkiyetlerinin, 42, 43
kritik mesajlar, 63-64, 90, 127, 166
kurgulanmış söyleşi, 89, 90

Ladle, Richard, 19
LaDochy, Steve, 91
Lancet, 24-25
  gazete tıp haberleri üzerine, 31-32
Lane, Neal, 17, 170, 175
LaRocque, Paula, 61
Las Vegas Review Journal, 83
Lau, Edie, 66, 85, 124, 130,135
Leifert, Harvey, 14
Logan, Jr., William D., 39
Lonely Planets (Yalnız Gezegenler) (Grinspoon), 177, 178
Los Angeles Times, 19, 180
  editöre mektuplar ve, 135
  kısa açıklama örneği, 71, 74
  yaz bursları, 5
Lovejoy, Thomas, 18, 174
Lythcott, Marcia, 156

Making Genes, Making Waves (Genleri Yaratmak, Sorun Yaratmak) (Beckwith), 179
Mars göktaşı, 52-53, 54, 55
Marsden, Brian, 67
McCulloh, Richard P., 87
McNamara, Brian, 67
McPherson, Alexander, 68
McPherson, Guy R., 81
metafor, 69, 139, 188
MIT'in Basın Bürosu, 12-14
Millner, Gloria, 140
Milwaukee Journal Sentinel, kısa açıklama örneği, 68
Minkley, Edwin, 75
Minneapolis Star Tribune, kısa açıklama örneği, 37, 69
Moser, Susanne, 27-28
Mote, Philip, 73
muhabir tanışma toplantıları, 118, 120

NASA, 51-53
National Geographic, VI
National Public Radio (Ulusal Açık Radyo), 19, 163-165
  söyleşiler ve, 88, 89
  yaz bursları, 5
Nature, 19-20, 26, 109, 126, 164
NBC, 39, 54
New England Journal of Medicine, 2, 11
New Orleans Times-Picayune, 85, 98
New York Times, 11, 15, 19, 99, 101, 174, 180
  editöre mektuplar, 135, 137
  kısa açıklama örneği, 74
  haftalık bilim eki, 36, 135
Newark Star-Ledger, 102
Newsday, kısa açıklama örneği, 71
Newswise, 121, 130
Nicol, Steve, 71
Nightline, 53

Nobel Ödülü, 13
normalötesi olaylar, inanmak, IV

Olshansky, S. Jay, 68
Omaha World-Herald, 102
op-ed, 138-157
  başarısızlık nedenleri, 157
  dili, 141
  görüşler ve, 141-149
  iletişim bilgileri, 140
  mükemmel bir örneği, 154-156
  nasıl yazılır, 139-156
  odak noktası, 140
  örnek, 142-150
  uzunluğu, 140
  yayımlatmak, 156-157
  yazı biçimi hakkında öneriler, 149-154
  yerel etkileri, 141
Orange County Register, kısa açıklama örneği, 68, 76
Oregonian, kısa açıklama örneği, 73, 76
Oxford Üniversitesi Coğrafya ve Çevre Fakültesi (*School of Geography and the Environment, Oxford University*), 19

öz/eylem, haberlerde, 49

Philadelphia Inquirer, basın bülteni ve, 120
Phillips, Brad, 20
Phillips, William D., 74
Pimm, Stuart, 95
Pisetsky, David, 30
Pittsburgh Post-Gazette, 75, 76
Plant, Tony, 76
Policy and Practice (dergi), 80
polisiklik aromatik hidrokarbonlar (PAH), 52-53
politik bilim insanı, 184-189
Pollack, Henry, 87
popüler bilim ve fırsatçılık, 170-173
Positive Communications (şirket), 58
Potter, Ned, 54, 55
PR Newswire, 131
Prensip ve Uygulama, 80
Primmer, Sue, 24
Providence Journal, 140

radyo, 43, 163-164
radyo söyleşileri, 89-90
radyo turları, 164
Radyo ve Televizyon Haber Müdürleri Vakfı (*Radio and Television News Directors Foundation*), 47
"reality TV", 49
Reeve, Christopher, 140
Reiner, Tony, 68
reklam gelirleri, 43
Reuters, 116

Revkin, Andrew, 99
Rhines, Peter, 69
Rhoades, Fred, 105
Roper Araştırma Kurumu (*Roper Research*), 4
Rowland, F. Sherwood, 75
Rutz, Dan, 39
Ryan, Michael, 8

Sacramento Bee, 5, 37, 85, 124
  kısa açıklama örneği, 66
Sagan, Carl, x, 52, 174-175
"Sagan etkisi", 174
Sağlık Haftası (CNN), 38-41
sağlık/tıp haberleri, 37-38
Sağlıklı Yapı Grubu (*Healthy Building Network*), 149
San Diego Union-Tribune, 112
San Francisco Chronicle,19, 109
San Jose Mercury News, 19, 37
  kısa açıklama örneği, 65, 71
  op-ed'ler, 149
sansasyonel manşetler, 21-26
Saperstein, Alvin, 87
Sautner, Stephen C., 123, 128, 131
Scambos, Ted, 71
Schleifstein, Mark, 85, 93, 98
Schneider, Stephen, 184-188
Schrader, Teresa, 2, 37
Schwitzer, Gary, 41, 44, 46, 48
Science, 52, 54, 55, 105, 109, 126, 164
Scientific American, 5, 12
Seattle Post-Intelligencer,
  kısa açıklama örneği, 69, 73
Seattle Times, 65, 101, 111
Sellgren, Kristen, 86
Silent Spring (Carson), 41
sindirime yardımcı bisküvi, bandırma deneyi, 170-172
Sing, Carol, 82
siyah ayı çalışması, 123-125, 129-131
Sleep Medicine Reviews, 12, 13
Snow, C. P., 1-2
söyleşi, kontrolü ele almak,
  anahtar sorular, 81-82
  araştırma yapmak, 81-82
  canlı mı, banttan mı, 88-89
  ek öneriler, 86-88
  haber istediğiniz gibi çıkmazsa, 93
  kayıt dışı, 80-81
  köprüleme, 85
  mesaj pusulası, 83-84, 90
  mesajı tekrarlamak, 84
  radyo söyleşileri, 89-90
  söyleşiyi zamanlamak, 82-83
  sözcükleri dikkatle seçmek, 80-81
  televizyon söyleşileri, 91-92

uygun giyinmek, 92-93
yalnızca bilgi için, 80, 81
söyleşi, radyo turu, 164
ayrıca bkz. söyleşi, kontrolü ele almak
önceden belirlenmiş bir görüşü desteklemek için, 48-51
uydu televizyon turu, 164-165
söyleşi radyosu, 87, 102, 163
sözde-bilimsel savlara inanç, IV
Spots, Peter, 82-86, 109
St. Louis Post-Dispatch, 72
St. Paul Pioneer Press, 136
St. Petersburg Times, 101
Standley, Laurel, 83
Stanford Üniversitesi, 5
Starr, Doug, 51
Steingraber, Sandra, 145-149
Strayer, David, 100
sürü gazeteciliği, 48

Takahashi, Taro, 65
Tankard, James, 8
tarama haftası, 42
Taubman, Brett, 60
Ted Scripps Çevre Haberciliği Bursları (*Ted Scripps Fellowships in Environmental Journalism*), 5
teknik doğruluk, 8
teknolojik okuryazarlık, IV-V, 62
telefon çağrıları, bir iletişim aracı olarak, 134
televizyon, konsolidasyonu, 43
ayrıca bkz. televizyon söyleşisi
kadrolu çevre muhabirlerinin sayısının azlığı, 44
kârlılık, 43-44
"reality TV", 49
tarama haftası, 42
televizyon ve yazılı basın haberleri, 51-56
TV ve yazılı basın, 51-52
yayınlanan bilim haberleri sayısındaki azalma, 36-37
yüzeysellik, 47
televizyon haberleri, bilim uzmanları eksikliği, 10
televizyon seyircisi, 47
televizyon söyleşisi, kontrolü ele geçirmek, 91-92
uydu, 164-165
ters piramit, 124
Thomson, Elizabeth, 12
tıp haberleri, kalitesi, 2-3
Time, 43
Tobias, Sheila, 9
Today Show, 165
Topeka Capital-Journal, op-ed ve, 156

Urycki, Deborah, 9
Ulusal Alerji ve Bulaşıcı Hastalıklar Enstitüsü (*National Institute of Allergy and Infectious Disease*), 40
Ulusal Araştırma Kurulu (*National Research Council*), IV

Ulusal Atmosfer Araştırmaları Merkezi (*National Center for Atmospheric Research*), 27
Ulusal Basın Kulübü (*National Press Club*), 160
Ulusal Bilim Akademisi (*National Academy of Sciences – NAS*), 182
Ulusal Bilim Vakfı (*National Science Foundation – NSF*), 111, 15
Ulusal Çevre Eğitim ve Öğretim Vakfı (*National Environmental Education and Training Foundation*), IV
Ulusal Editöryel Yazarlar Birliği (*The National Conference of Editorial Writers*), 138
ulusal haberler, 55
Uluslararası Koruma (*Conservation International*), 18-20
Uluslararası Kök Hücre Araştırma Kurumu (*International Society for Stem Cell Research*), 69
Uluslararası Teknoloji Eğitim Kurumu (*International Technology Education Association – ITEA*), IV
U.S. News & World Report, kısa açıklama örneği, 66
U.S. Newswire, 131
USA Today, kısa açıklama örneği, 63, 65
uydu televizyon söyleşisi, 164-165
uzay araştırmaları, 52-56, 176-177, 178

ünlü kişi/eylemci, bilim insanı,
  bilimi popülerleştirmek, 170-174
  eylemci bilim insanı, 178-184
  politika ile ilgilenmek, 184-189
  tehlikeleri, 174-178

Venus Revealed (Venüs Ortaya Çıkıyor) (Grinspoon), 176-178
Vergano, Dan, 63, 64, 65, 66, 73
video haber duyuruları, 166-168

Wald, Richard, 42, 44
Wall Street Journal, VI, 44
Washington Post, 12, 19, 110, 115
  editöre mektuplar, 135
  kayıt içi konuşma ve, 80-81
  kısa açıklama örneği, 68
  op-ed ve, 142
Wellcome Vakfı, 3, 6
Whitcomb, Robert, 140, 157
Whiteman, Martha, 24
Williams, Ed, 141
Wilson, E. O., 174
Wood, Bernard, 75
Wurtman, Richard, 12-13
WXIA-TV, 39, 42, 48

Yaban Yaşamı Koruma Derneği (*Wildlife Conservation Society*), 123-125, 128, 130, 131, 134
yayıncılık, bilim haberlerindeki azalma, 35-37
yazılı ve görsel haberler, 51-56
yönlendirme/biçimlendirme, 58
Yuill, Thomas, 81, 91
yurttaş olarak bilim insanı, 169-170

Zon, Leonard, 69

Yazar Hakkında

RICHARD HAYES Duyarlı Bilim İnsanları Birliği'nin medya direktörü olup, on yıldan uzun bir süredir ABD'deki bilim insanlarının basın ile daha etkin iletişime girmelerinde yardımcı olmaktadır. Daha önce de, ABD Kongresi'nde partiler arası bir kurulun raportörü olan Hayes, burada iklim bilimi üzerinde çalışan bir görev grubunun koordinasyonunu üstlenmiştir.

DANIEL GROSSMAN, ödül almış bir bilim muhabiri ve National Public Radio'nun çevre ile ilgili *Living on Earth* programının eski muhabiridir. *New York Times*, *Rolling Stone* ve *Scientific American* gibi yayınlar için yazılar yazmıştır. Ayrıca, Boston Üniversitesi Gazetecilik Okulu'nda bilim muhabirliği üzerinde ders vermiştir.

Richard Hayes ve Daniel Grossman, bilimin çeşitli dallarından araştırmacı bilim insanlarının vermek istedikleri mesajları, topluma en yalın ve daha da önemlisi en doğru nasıl aktarabileceklerini basit bir dille anlatıyor. Medya çalışanlarıyla verimli bir ilişki kurmanın ipuçlarının verildiği bu kitap, bilim insanlarına akademik dergilerde "bekleyen" makaleleri çok daha geniş bir okur kitlesine ulaştırmanın mümkün olduğunu gösteriyor.

Kendi halkla ilişkiler ve gazetecilik deneyimlerinden yola çıkan Hayes ve Grossman, soyut kavramların nasıl somut örneklere dönüştürüleceğinden gazetecilerle yapılacak yüz yüze görüşmelere nasıl hazırlanmak gerektiğine kadar pek çok konuyu ele alıyor.



ISBN 978-975-403-531-5

9 789754 035315 02

Fiyatı: 9 TL (KDV dahil)

Basılı fiyatından farklı satılamaz