

Hiçbir şey görüldüğü gibi değilmiş

Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy / Havadis Gazetesi-Poli

Etik ilkeler bu kadar açık bir şekilde gazetecilik mesleğindeki doğruları bizlere ifade ediyorken, gazetecilerin bu ilkelere uymama girişimi ancak, ticari ve siyasi bağlantılarla açıklanabilir

Medya ve teknoloji alanındaki gelişmeleri, sıkıntıları ve yenilikleri paylaştığımız bu satırlarda, öyle görünüyor ki daha konuşacak ve tartışacak çok fazla konumuz bulunuyor. Zira özellikle medya alanında yapılan etik dışı yayımlar, bizleri bu alanda daha fazla düşünmeye ve üretmeye itiyor. Son yıllarda medyanın içinde bulunduğu ciddi problemleri biliyoruz. Gün geçtikçe bu sorunlara yenileri ekleniyor ancak, mevcut problemler çözülmemiyor. Konuyu fazla uzatmadan, bu hafta üzerinde durmak istediğim konuya geleyim; bu hafta Türkiye’de yayımlanan günlük gazete olan Takvim gazetesinin manşeti üzerinden değerlendirmeler yapmak istiyorum.

Hükümete şirin görünmek

Son yıllardaki Türkiye medyasının ve özellikle gazeteciliğinin en çok göze batan anlayışı, hükümete “şirin” görünmek adına yaptıkları haberler ve bu haberlerde kullandıkları çerçeve ile söylem yapısıdır. Siyasi bir atmosferde yayınlar yapan gazeteciler, hükümetin lehine olan olayları ön plana en süslü ifadelerle çıkarırken, karşıt görüş içeren durumlarda ya haber gizleniyor ya da itibarsızlaştırılıyor. Bununla birlikte gazetelerdeki karşıt görüşlere olan tahammülsüzlük de dikkat çekici boyutlara ulaşmış durumdadır.

Haberde doğruluk

Gazetecilik derslerinde üzerinde durduğumuz konuların başında; haberde “doğruluk” ve “üslup” geliyor. Yani yaptığımız haberin doğru olması gerekiyor ki bunu sağlamanın en iyi yolu kaynaklar ve geçerli belgelerdir. Diğer taraftan topladığımız bilgiler doğru ise, bundan sonraki aşamada haberi kalem alırken üslubumuza dikkat etmemiz gerekiyor. Bir başka ifadeyle, habercilik dilini kullanarak; sade, sıfatlardan ve yorumlardan uzak ve anlaşılır cümleler kurmamız beklenir.

Bir haber nasıl olmaz!

Geçtiğimiz haftalarda Takvim gazetesi şu manşeti okuyucularıyla buluşturdu: “Pardon Muharrem!” Haberin spotlarında kullanılan habercilik dili dikkat çekiyor: “Yalandan kimse ölmedi! Bunu en iyi Muharrem İnce öğrendi!” şeklinde başlayan cümle şu ifadelerle devam ediyor: “CHP’li vekil, Ramazan’da Bodrum’a gitti. Yalova Belediye Başkanı Vefa Salman’la birlikte bira içti. Ama TAKVİM’e yakalanacağını hesap edemedi.” Haber derslerinde örnek gösterebileceğimiz nitelikte bir haber dili ve çerçevesi içeriyor. “Bir haber nasıl olmamalı?” sorusuna numune olarak gösterebiliriz.

Ramazan ve bira

Haberde hâkim olan alay ve itibarsızlaştırma cümleleri gazeteciliğin geldiği son noktayı göstermesi açısından içler acısı bir durumdur. Böylesi bir gazetecilik hiçbir iletişim fakültesinde öğrenilebilecek bir durum değildir. Eğer bu haberlere bakarak gazetecilik mesleğinden soğuyan genç gazeteci adayları varsa, bilmeleri gerekiyor ki gazetecilik yukarıdaki haber örneğinde olduğu gibi bir mesleki ahlak içermiyor. Haberde bir milletvekilinin mübarek ay olarak kabul edilen Ramazan’da veya başka tarihlerde tatile çıkması öne çıkarılıp, eleştiriliyor. Zira arkasından gelen cümlede vekilin “bira” içtiği söylenerek, Ramazan ve bira ikilemi yaratılmak isteniyor. Gazetecinin hiçbir koşul altında birilerinin dini inanışlarına ve alışkanlıklarına yönelik eleştiri getirmesi kabul edilemez. Gazetecilik mesleğinde bu alanda birçok etik ilke bulunuyor. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde bulunan ifade şöyle: “Kimlik veya özel durum: Açık kamu yararı olmadıkça ve olayla doğrudan ilgisi, bağlantısı bulunmadıkça, bir insanın davranışı veya işlediği suç, onun ırkına, milliyetine, dinine, cinsiyetine, cinsel eğilimine, hastalığına veya fiziksel, zihinsel özürli olup olmamasına dayandırılmamalıdır. Kişinin bu özel durumu, alay, hakaret, önyargı konusu yapılmamalıdır.”

İtibarsızlaştırma

Etik ilkeler bu kadar açık bir şekilde gazetecilik mesleğindeki doğruları bizlere ifade ediyorken, gazetecilerin bu ilkelere uymama girişimi ancak, ticari ve siyasi bağlantılarla açıklanabilir. Ticari ve siyasi çıkar ilişkileri meslekte o kadar ağır basıyor ki bir insanın Ramazan ayında yaptıkları, açık bir kamu yararı barındırmamasına ve özel yaşamına girmesine rağmen haberde öne

çıkarılıyor. Öne çıkarılmakla da kalmıyor, alaylı ifadelerle söz konusu vekil küçük düşürülmeye ve itibarsızlaştırılmaya çalışılıyor.

“Bu bira değil!”

Haber dili ve çerçevesinden sonra kullanılan fotoğrafın üzerine yazılanlarla ilgili de birkaç eleştirim olacak. Türkiye milletvekili Muharrem İnce sahilde, şezlong üzerinde otururken ve elinde bir kadeh içecek ile görüntüleniyor. Söz konusu fotoğrafı kullanan gazete, fotoğrafın üzerine şu ifadeleri yazıyor: “Bu da Muharrem değil!”, “Bu şezlong değil!”, “Bu bira değil!”, “Bu sandalye değil!”, “Bu bira şişesi değil!”, “Bu kadeh ve buz kovası değil!”, “Bu Yalova Belediye Başkanı Vefa Salman değil!” Tüm bu ifadeler fotoğraftaki objelerin ve kişilerin üzerine yapılan birer yorumdu. Bu yorumları gördükten sonra haberi yapan gazetecilerin Belçikalı ünlü ressam René Magritte’nin gerçeküstü eserlerine bir gönderme yaptığını anlıyoruz.

İmge ve temsil

Fotoğrafa yapılan yorumlarla birlikte Takvim gazetesinin basında gerçeküstücülük akımını başlattığını iddia edebiliriz. René Magritte yaptığı çalışmaların bir kısmına “İmgelerin İhaneti” ismini vermişti. 1928 ve 1929 yıllarında bir seri tabloyu içinde barındıran bu eserlerde Magritte, seyircileri farklı düşünmeye teşvik etmek için farklı bir felsefe yapıyordu. Ressamın en bilinen gerçeküstü eserleri arasında “Bu bir pipo değildir” cümlesini yazdığı bir pipo imgesini içeren resmidir. Bu seriyle ressam, seyircilerin imgeler ile gerçekliği ayırt etmesini istiyor. Bir başka ifadeyle; ne kadar iyi çizilirse çizilsin bir imgenin hiçbir zaman gerçek bir pipo olamayacağıdır. Bu imge sadece bir temsilden ibarettir ve gerçek pipo nesnesinin yerine geçen bir durum değildir. Zaten gerçek olsaydı pipoyu somut olarak elimize alıp, içine tütün doldurabilirdik. Ressam bu noktada somut ile soyut kavramların ayrımını yaparak seyircileri kendilerine temsil edilen gerçekliklere karşı korumaları gerektiğine dikkat çekiyor.

Alışlagelmiş vizyonlar

Münire Yurdayüksel ünlü ressamın sanata bakış açısını şu ifadelerle özetliyor: “Magritte yapıtlarını günlük, basit nesnelere oluşturmuş ve belli kullanımı olan objeleri bambaşka biçimlerde kullanarak işlevlerini değiştirmiştir. Mavi benekli ve bulutlu bir kuş, külahtan şapkalı bir adam, çalkantılı yüz ifadeleri, bir gül, tüm odayı dolduran ve devleşen elmalar, bir erkeğin farklı boyutlardaki görüntüsü ayakkabılar, etajer, ağaçlar, pencereler, kapı, sandalye, masa, pipo,

fırçalar, çiçek saksıları gibi çok sıradan nesnelerin görüntülerini kendi doğal görünüşlerinin dışına çıkartıp, mantığa ve akla ters düşecek biçimde, şaşırtıcı ve düşsel bir ortam içinde gözler önüne sermiş ve zamansız bir yaşamın katılımcılarının böylece boyutlarını değiştirmiştir. Bunun sonucunda da izleyenlerin alışlagelmiş vizyonlarını hep sorgular hale getirmiştir”

Kalıplaşmış düşünceler

Bu noktadan hareketle Magritte'nin söylediği: “Hiçbir şey görüldüğü gibi değildir” ifadesi toplumda kalıp bir şekilde kabul edilmiş görme biçimlerine getirdiği ciddi bir eleştiridir. Takvim gazetesi de fotoğrafın üzerine yaptığı yorumlarda Magritte'nin gerçeküstü akımına bir gönderme yaparak, bir fotoğrafın aslında birçok kişi tarafından nasıl farklı okunabileceğini bizlere açıkça gösteriyor. Belki söz konusu gazete bunu kara mizah için yapıyor ancak, verdiği mesajda kendi kazdığı kuyuya düşüyor. Zira bir fotoğraf üzerinden toplumda kalıplaşmış düşüncelere ilişkin yorum yapmak kolay değildir. Nitekim fotoğrafın öznesi fotoğrafın çekildiği zamanı ve içtiği içeceği yalanladı. Bu işin içinden çıkabilen çıksın şimdi! Demek ki “hiçbir şey görüldüğü gibi değilmiş”.

Kaynak:

Yurdayüksel, Münire (2006). “Sürrealist Rene Magritte”, rh + Sanart, Sayı 30, İstanbul.