

14 Temmuz 2013

## Seçimin kazananı medya olacak

Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy

*Havadis Gazetesi-Poli*

*Genelde seçimlerin kazananı ne siyasetçiler ne de vatandaşlardır. Seçimin kazananı medyanın kendisidir.*

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) 28 Temmuz 2013 tarihinde yapılacak olan Milletvekilliği Erken Genel Seçimi ile ilgili haberlerin medyanın gündeminde sıkça yer aldığını görüyoruz. Özellikle basılı ve online gazeteler seçime ilişkin haberleri okuyucularına ulaştırmak için ciddi bir yarış içerisinde yer alıyor. Gazetecilerin bu süreçte daha fazla mesai harcayacaklarını ifade etmeliyiz. Okurlar için katlanılan söz konusu zahmet elbette takdir edilmesi gerekiyor. Bu vesileyle geçtiğimiz günlerde Kıbrıs Türk Gazeteciler Birliği'nin organize ettiği 11 Temmuz Basın Günü sebebiyle tüm gazeteci dostlarımızı kutlamak istiyorum. Bu mesleğe gönül verenlerin ne kadar meşakkatli bir görev yürüttüklerini bilmeliyiz.

### **Seçim propagandası**

Seçimlerle ilgili propaganda sürecine girildiği zaman ne hikmetse gazeteler de bu süreçte kendilerine farklı farklı roller biçiyorlar. Bazı gazeteler olabildiğince dengeli bir habercilik anlayışını benimserken, bazıları partilerin seçim "propagandası" için elindeki tüm imkanları seferber ediyor. Mart 2013'te Lefkoşa Türk Belediyesi (LTB) için yapılan seçimde de karşımıza çıktığı gibi medyanın bu süreçte adil ve dengeli bir habercilik anlayışı benimsemesine ihtiyaç duyuluyor. Zira oy vermek için sandıklara gidecek olan vatandaşların, medyadan aldıkları adil ve dengeli bilgiler kendilerine yol gösterici olabilir.

### **Eleştirel habercilik anlayışı**

Seçim sürecinde medyanın sadece adil ve dengeli habercilik yapması değil, aynı zamanda sorgulayıcı ve eleştirel bir habercilik anlayışını da desteklemesi bekleniyor. Fakat üzülmekteyiz ki özellikle basılı gazetelerin ön sayfa manşetleri bu bahsedilen habercilik anlayışından uzak bir görüntü çiziyor. Bırakın sorgulayan ve eleştirel bir habercilik anlayışı geliştirmeyi bunun tam aksine siyasi partilerden daha fazla reklam alabilmek adına daha pürüzsüz manşetler atılıyor.

Parti temsilcilerinin bir birini suçladığı manşetlerden bahsetmiyorum. Partilerin yapmış oldukları geziler sonrası yayımlanan haberlerde bu bahsettiğim konu daha fazla öne çıkıyor.

## **"At yarışı"**

Todd Gitlin'in seçim dönemlerinde Amerikan medyası üzerine yaptığı araştırmalarda ortaya attığı bir kavram bulunuyor: "At yarışı" haberleri. Söz konusu haberler genelde adaylar üzerine yapılan ve kimin önde gittiğini gösteren istatistik bilgiler içeriyor. Bizler KKTC'de yayım yasağı konmadan iki hafta önce bu tür haberleri okumaya alışkınız. Gerek partilerin gerek ise gazetelerin yaptırdığı anketler "at yarışı" misali kimin veya kimlerin bu süreçte başarılı olabileceğini bizlere söyleyen bilgiler içeriyor. Gerçi LTB seçimlerinde yaşanan anket tutarsızlığından sonra kamuoyu yoklamalarına ne kadar güvenilebileceği de sorgulanması gereken ayrı bir konu olarak karşımızda duruyor.

## **Ötekileştiren haberler**

KKTC medyasında görmeye alıştığımız seçim haberleri arasında diğer ülkelerden farklı olarak adayların bir birini suçlayan, kötüleyen ve ötekileştiren haberlerdir. Adaylar medya vasıtasıyla ulaştıkları geniş kitleleri yapmak istedikleri hakkında bilgilendirmek yerine, yarış içerisinde olduğu diğer kişiler ile uğraşmayı yeğliyor. Tabii çatışmanın daha fazla pirim yaptığı bir habercilik anlayışında da bu tür haberler daha fazla gündeme taşınıyor. Halbuki medya siyasetteki yeni yüzlerin bu sürece neden dahil olduklarını sorgulayıcı ve eleştirel bir habercilik anlayışı ile okuyucularına sunması gerekiyor. Bu vatandaşların en doğal haber alma hakkı olduğu gibi, seçimlerin adil bir şekilde gerçekleşebilmesi için de medyanın üzerine düşen görevleri yerine getirmesini talep etmeliyiz.

## **Denetleme görevi**

Normal zamanda dâhi yapılmayan denetleme görevini seçim sürecinde medyadan beklemenin naiflik olabileceğini düşünebilirsiniz. Ancak seçim döneminde nasıl ki medya siyasi partilerin toplantı, miting ve basın bildirimlerini bizlere ulaştırıyor, aynı şekilde yanlış yapılan icraat ve durumlarla ilgili de denetleme görevini yerine getirerek, vatandaşları bilgilendirmesi gerekiyor. Ne yazık ki, az önce de ifade ettiğim gibi seçim döneminde medya daha fazla nasıl gelir elde ederim noktasında bir anlayışla hareket ediyor. Bu sadece KKTC'ye özgü bir durum olmamakla birlikte, küçük ülkelerin medyasında daha fazla göze çarpıyor.

## **"Seçim advertorial"**

LTB seçimlerinde bazı gazetelerin sürmanşetlerini satılığa çıkardığını hatırlıyoruz. Satılıktan kast ettiğim; sürmanşetlere alınan reklamlar değil. Onlar zaten reklam olarak anlaşılabilir. Bazı gazetelerin sürmanşetlerini haber formatında ve para karşılığında siyasi partilerin kullanımına açmasından bahsediyorum. Bu seçimlerde bazı gazeteler söz konusu uygulamaya devam ediyorlar, ancak iyi olan şu ki, haberlerin yanına "seçim advertorial" yazıldı. Bir başka ifadeyle, seçmeni şeffaflık çerçevesinde uyararak, okuyacakları haberin seçimlere özel reklam olduğu vurgusu yapıldı. Gerçi "advertorial" kelimesini fark etmeyen veya anlamayan birçok kişi de çıkacaktır.

### **Seçimin kazananı kim?**

Yazısı toparlarken iddialı bir argüman ile sonlandırmak istiyorum. 2013 yılında önümüzdeki 28 Temmuz Milletvekili Erken Genel Seçimi ile birlikte toplam iki seçim yaşamış olacağız. Bu da medya için şu anlama geliyor; gelirleri az olan, ekonomik sıkıntılarla boğuşan bir medya için seçimler bir kurtarıcı finans kaynağı demek. Siyasi partilerin medyaya verdikleri reklamlar -ki genellikle gazeteler tercih ediliyor- küçümsenecek rakamlar değildir. "Seçimin kazananı kim olacak?" sorusu sıkça sorulan ve merak edilen bir sorudur. Genelde seçimlerin kazananı ne siyasetçiler ne de vatandaşlardır. Seçimin kazananı medyanın kendisidir. Bu genellemeyi biraz mizahi biraz da medyanın gücünün anlaşılması için yapıyorum. Ortada bir gerçek var ise, seçimler en fazla medyanın ekonomisine yarıyor. Hem kolay haber bulunuyor hem de kasalara ciddi rakamlar giriyor. Medyanın seçim sürecinde adil, dengeli, sorgulayan ve eleştirel bakış ile habercilik yapan bir durumda olması en önemli beklentimiz.

**"AT YARIŞI" HABERLERİ...** Todd Gitlin'in seçim dönemlerinde Amerikan medyası üzerine yaptığı araştırmalarda ortaya attığı bir kavram olan "at yarışı" haberleri; genelde adaylar üzerine yapılan ve kimin önde gittiğini gösteren istatistik bilgiler içeriyor.