

Söyleşi


'Gazetecilik; aramak, sormak, görmek, bulmaktır. Kısacası sahada olmak demektir.'

Başvuru Tarihi: 22.04.2022
Yayın Kabul Tarihi: 22.04.2022
Yayınlanma Tarihi: 29.04.2022

Mehmet Özbek¹

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Aydın


mehmet.ozbek@outlook.de

 ORCID: 0000-0003-3758-5498

Dilan Azizoğlu²

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Gazetecilik Bölümü, Aydın

182602055@stu.adu.edu.tr

 ORCID: 0000-0002-6360-9361

1952-Erzurum doğumlu olan Prof. Dr. Suat Gezgin, Muğla'da lise öğrenimini bitirdikten sonra lisans öğrenimini Fransa'da Aix Marseille Üniversitesi Sosyoloji-Etnoloji bölümünde tamamlamıştır. Pierre et Marie Curie Paris VI Üniversitesi Antropoloji ve Prehistorya ABD'nde yüksek lisans ve doktora çalışmalarını tamamladıktan sonra ise Aix Marseille Üniversitesi Antropoloji laboratuvarında baş asistan ve doçent olarak görev yapmıştır. Paris Müzeler Genel Müdürlüğü'nde Antropoloji ABD Müdür Yardımcısı olarak çalışmalarına devam etmiş olan Gezgin, Fransa'daki akademik yaşamı süresince Hürriyet Gazetesi Dış Haberler servisinde görev almıştır. 1993 yılında ise Türkiye'ye dönerek İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde göreve başlamıştır. 2000-2010 yılları arasında İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı olarak görev yapan Gezgin aynı zamanda İstanbul Üniversitesi Senato Üyeliği, Basın İlan Kurumu ve Basın Konseyi Yönetim Kurulu Üyeliklerinde bulunmuştur. Prof. Dr. Suat Gezgin Monaco Prensiği İnsanlık Tarihi Enstitüsü ve 1. Albert Vakfı tarafından verilen bilim ödülünü alan ilk Türk bilim insanıdır. Gezgin aynı zamanda UNESCO-Orbicom üyesidir. 2019 yılında İstanbul Üniversitesi'ndeki görevinden emekli olan Prof. Dr. Suat Gezgin, halen Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü'nde öğretim üyesi, Yeditepe Üniversitesi Avrupa Çalışmaları Enstitüsü Müdürü ve Yeditepe Üniversitesi Senato Üyesi olarak görev yapmaktadır.³ Prof. Dr. Suat Gezgin ile antropoloji disiplininden gazeteciliğe, medyada etikten dijitalleşmeye kadar birçok konuyu ele aldığımız keyifli bir söyleşi gerçekleştirdik.

¹ Doktor Öğretim Üyesi

² Lisans Öğrencisi

³ Gezgin, S., (2022), Detaylı Özgeçmiş, <http://suatgezgin.com/detayli-ozgecmis/> adresinden 20.04.2022 tarihinde alınmıştır.



Fransa'daki akademik eğitim ve çalışma sürecinizi göz önüne aldığımızda antropoloji, sosyoloji, etnoloji, prehistorya vb. alanlarda uzmanlaştığınızı görüyoruz. Antropoloji disiplininin gazeteci kimliğinize olan katkılarından bahsedebilir misiniz? Gazetecilik ve antropoloji disiplinleri birbirini nasıl besliyor?

Antropoloji; insanı bütünüyle ele alan, insanın kuytuda köşede kalmış yönlerinin aydınlatılmasına yardımcı olan, yeri geldiğinde iletişimle yeri geldiğinde tarihle, sosyolojiyle, psikolojiyle hatta biyoloji, jeoloji gibi bilim dallarıyla yoğun ilişki içinde olan bilimsel bir disiplin. Çok geniş, çok bütüncül; insanı hem biyolojik hem de kültürel açıdan ele alıyor. Gerek sosyal bilimlerin gerekse temel bilimlerin temas ettiği alanlara temas edip insana dair bilimsel bilgi üretiyor ki bunun gerçekten çok değerli olduğunu düşünüyorum, ülkemizde kıymeti pek anlayamamış olsa da... Az önce de ifade ettiğim üzere antropoloji, özellikle de antropolojinin "sosyal antropoloji"

dediğimiz alt alanı iletişimle çok iç içe. Nereden geliyor bu yakınlık diye düşünecek olursak aklımıza ilk önce "kültür" kavramının gelmesi olası. Çünkü kültür dediğimiz şeyin temelinde iletişim var, insanın doğayla ve kendi türüyle etkileşiminin bir sonucu olarak. Öte yandan çoğu iletişim tanımı da "kültür" kavramını içinde barındırıyor. Çok basit olarak iletişimi; kişiler arasında duygu, düşünce, haber, bilgi alışverişi olarak tanımlasak da bu aktarım sürecini şekillendiren şeyin kültür olduğunu da unutmamak gerekiyor. Böyle bir girişin ardından sorunuza gelecek olursam; antropoloji eğitimi almış olmam benim hem teorik hem de pratik anlamda gazeteciliği deneyimleyen bir akademisyen olarak yolumu çizmemde çok faydalı oldu; meselelere bakışımı zenginleştirdi. İki alanın kesişim noktaları, interdisipliner ve multidisipliner yaklaşımların önemini fark etmemi sağladı. Tabii bir de şu var; iyi bir antropolog her şeyden önce iyi bir iletişimci olmalıdır. Özellikle de sosyal antropologlar. Çünkü çalışma özeniz de, nesneniz de insan, insanın kültürü... Sosyal antropolojinin bilimsel açıdan birincil paradigması alan araştırması ve alan araştırması yapan bir sosyal antropoloğun iyi bir iletişimci olması, onun doğru bilgiye ulaşmasında çok önemli. Gazetecilikte de bu böyle değil mi zaten? Hem iyi bir iletişimci olmak şart hem de haberin öznesi de neticede insan. Ben gazeteci ile sosyal antropologu bu özellik açısından birbirine benzetiyorum. Ve ikisinin de zamanının büyük kısmı sahada iletişimle geçiyor. Her ikisinin yanında taşıdığı araç gereçler de benzer; ses kaydedici, kalem, not defteri, fotoğraf makinesi gibi... Kendi adıma ben bu iki mesleği birbirinden pek de uzak görmüyorum, aksine birbirlerini beslediklerini düşünüyorum.



20. yüzyılın; ideoloji, dilbilim ve göstergebilim çalışmaları açısından ciddi anlamda önem arz eden gelişmeler gösterdiğini söyleyebiliriz. Kullandığımız dil, araçlar, kurduğumuz cümleler birtakım ideolojimizi temsil ediyor. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının birey üzerindeki etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Sosyoloji, psikoloji ve kitle iletişim araçları arasındaki etkileşimin birey üzerindeki etkileri oldukça önemli olmakla birlikte bu konunun uzunca bir süredir sosyal bilim alanlarının odağında olduğunu da belirtmem gerekir. Biliyorsunuz iletişime eklenmiş birçok kuram var bu konuyla ilgili; kitle iletişim araçlarından çıkan mesajların, bireylerin düşünce dünyasında ve tutumlarında bir değişiklik yaratıp yaratmadığını tartışan. Tabii bu etkiler tartışılırken genellikle olumlu ve olumsuz yanları ayrı ayrı ele alınıyor. Kimi araştırmacılar olumlu yanlarını yüceltirken kimileri de olumsuz kısımları ön plana çıkarıyor. Ben bu etkilerin tartışılması noktasında bireyin ait olduğu toplumun, kültürün de önemli olduğunu düşünenlerdenim, özellikle de günümüzde bu konuda daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu aşikâr. Çünkü geleneksel kitle iletişim araçlarının etkisini yitirmeye ve kendini dijitalle adapte ettiği bir sürecin içindeyiz. Belki de artık bireyler kitle iletişim araçları üzerinde etki sahibi konumunda...

Dijitalleşme ile birlikte gazetecilik pratikleri de birtakım değişikliklere uğramaya devam ediyor. Bugün içinde bulunduğumuz toplumda her şey çok hızlı tüketiliyor ve rekabet hayli artmış durumda. Gazeteciler, mesleki etik kurallarını da gözetenek bu rekabet ortamında nasıl fark yaratabilir?

İletişim biçimlerimizin, tüketim alışkanlıklarımızın, kısacası yaşam şeklimizin günden güne değiştiği bir çağda yaşıyoruz. Bu değişimin tetikleyicisi de içinde bulunduğumuz bilgi çağı ve buna bağlı olarak şüphesiz teknolojideki hızlı ilerleme. Bu ilerleme öyle bir hâl aldı ki, insanlar kendilerini tamamıyla dijital dünyanın bir parçası olarak buldu. Bu dijital dünya içinde birçok meslek grubu da bu durumdan derinden etkilendi. Günümüzde gazetecilik de dijitalleşmeden etkilenen, hızla dönüşüme giren bir meslek olarak karşımıza çıkıyor. Dünyada yazılı basın istatistiklerine baktığımızda günlük gazete sirkülasyonu büyümesinin negatif seyrettiğini görüyoruz. Bu durum pazar hacmine de yansıyor. Sektörde ciddi bir daralma mevcut, bu daralma yalnızca pazar hacmi ya da tiraj ile de sınırlı değil, gazetelerin toplam ciroları da düşüşte. Öte yandan basım harcamaları ve ortalama ücretler de negatif seyreliyor. Buna karşın dijital içerik tüketimi alanındaki hızlı artış, yazılı basının reklam yatırım payını da elinden alıyor. Artık her anlamda dijital teknolojiye ve dijital içerik üretimine yatırım yapılıyor. Bundan sonraki süreçte bu durum daha görünür bir hâl alacak. Geleneksel yapıda şema; haber ve içerik üretimi, basım, dağıtım ve tüketimi kapsarken şimdi basım ve dağıtım kısımları çıktı, yalnızca üretim ve tüketim dengesine döndü. Bu durum mesleğin temel dinamiklerini de elbette sarstı. Gazeteciliğin kabuk değiştirmeye başladığı bu son dönemde mesleki etiğin hiçe sayıldığı durumlarla çok fazla karşılaşılıyor; mesela haberlerdeki örtülü reklamlar ya da tık avcılığı/tuzağı olarak ifade ettiğimiz bazı durumlar. Yeni medyada habercilik söz konusu olduğunda mesleki etiğinin önemi daha da artıyor aslında. Sorunuza kısaca şöyle cevap verebilirim aslında, dijital medyada mesleki etiği göz önünde bulundurmak bile günümüzde yaptığınız işte fark yaratmanız demek. Çünkü gerçekten mesleki etiğinin ayaklar altına alındığını görüyorum ben.





MEDIAJ

Günümüzde sosyal medya kullanımının yaygınlaşması sonucunda sürekli olarak enformasyon bombardımanına maruz kalan bireylerdeki değişimi antropolog bakış açısıyla, geçmiş ve günümüz bağlamında nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu konuda pek iyimser olduğum söylenemez. İnsanların her saniye her yerden enformasyon bombardımanına maruz kalmasının, bilgiyi değil bilgisizliği körüklediğini düşünüyorum; derinliksiz, yüzeysel bir bilgi akışı söz konusu çünkü. Yani enformasyon dediğimiz şeyin nicelik açısından had safhaya ulaşmış olması onun nitelik açısından da aynı şekilde iyi olduğunu göstermez, aksine aralarında ters bir orantı mevcut. Böylesi bir çağın bireyin farkındalığını baskıladığını, bireyi bilinçten uzaklaştırdığını düşünüyorum. Çünkü "bilgi edinmek" bir şeyi bütün yönleriyle, anlamlarıyla kavramaktır ve bilgi; algılamayla, farkındalıkla, bilinçle nedensel bir ilişkiye sahiptir. Tabii bir de bu çağın bireylerin algıladıkları dünyayı tektipleştirmesi ve yanılmalı bir gerçeklik sunması durumu var ki bu da çok tehlikeli bir şey. Bugünün inşasında geçmişin rol oynadığını düşünenecek olursak, geçmişe ve bugüne ayrı ayrı değil bütünsel bakmak gerekiyor. Oysa geçmiş, ne kadar da uzak görünüyor. Bu teknoloji çağının getirdiği yanılmalardan biri aslında. Çünkü değişimin hızına ayak uydurmak mümkün değil.

Teknoloji hem toplumsal ilişkilerin değişiminde hem de bir tahakküm mekanizması olarak kitlelerin hayatlarında kilit rol üstlenir. Bu bağlamda medya, teknolojik gücü de kullanarak "dördüncü" güç işlevini hala yerine getiriyor mudur?

Ben basın hala siyasal sistem ve toplumsal düzen üzerinde bir etkisi olduğunu düşünüyorum ve bu noktada teknolojiyi de itekleyici bir güç olarak görüyorum. Günümüzde medyanın, teknoloji sayesinde her zamankinden daha muazzam bir gücü var ve bu güç doğru kullanıldığı takdirde toplumdaki birçok aksaklığı iyileştirmede önemli rol oynuyor. Ancak şunun da altını çizmek gerekiyor: basın dördüncü güç işlevini her zaman her koşulda yerine getiremiyor, Türkiye için konuşursak ne yazık ki basının dördüncü güç işlevini tam anlamıyla yerine getirebildiğini söylemek güç.

Türkiye'de yerel basının geçmiş ve günümüz bağlamında konumunu ayrıca önemini nasıl değerlendiriyorsunuz, Batı toplumu ile karşılaştırıldığında nicelik ve niteliksel olarak nasıl farklar bulunuyor?

Türkiye'de geçmişe kıyasla yerel basının iyileştirilmesi hususunda çeşitli adımlar atılıyor. Ancak bu adımlar, yerel basının mevcut sorunlarına ne kadar çare olabiliyor, işte orası tartışılır. Özellikle yazılı basın kısmına bakacak olursak; yerel gazete sahipleri kâğıt ve baskı maliyetlerindeki artıştan epeyce mustarip. Ayakta kalabilmek için sayfa sayılarını düşürüyor, renkli sayfaları renksiz sayfalara çeviriyor, çalışanlarının işine son veriyorlar. Kendilerince masrafları azaltacak böyle çözümler bulmuşlar. Bunlar, gazeteler için kısa vadede çözüm gibi görünse de uzun vadede çok ciddi kayıplar. Daha ekonomik sorunlar aşılamıyor, bu durumda bizim nitelikli yayıncılıktan söz edebilmemiz ne kadar mümkün? Tabii bir yandan dijitalleşmenin getirdiği birtakım değişiklikler de var. Buna bağlı olarak yerel gazeteler dijitale adapte olmaya çalışıyorlar, bu da





ekstra yük bir yandan. Zaten yerel gazetelerin okunma oranları çok çok az, mecburen dijitalleşmek ve dijital reklamlardan gelir elde etmek gibi bazı yolları zorluyorlar. Kısacası ben Türkiye’de yerel basın durumunu içler acısı buluyorum. Böyle bir ortamda da yerel basının gerçek işlevlerini yerine getirmesi mümkün değil. Türkiye’nin aksine özellikle Avrupa’daysa yerel basın oldukça güçlü konumda, bu yüzyıllardır böyle. Öncelikle bizdeki gibi küçük aile işletmeleri tarafından çıkmıyor oradaki yerel gazeteler, birçoğu büyük gruplar bünyesinde çıkıyor ve maddi olarak bizdeki gibi büyük sorunlar yaşamıyorlar. Haliyle kaliteli yayıncılık ve gazetenin niteliği onlar için birincil öneme sahip. Çalışan sayıları kimi yerel gazetelerde 100, 200 kişileri geçebiliyor. Türkiye’de hangi yerel gazetede 100 kişinin çalıştığı görülmüş, mümkün değil. Kısaca gerek nicelik gerek nitelik açısından Türkiye ile Avrupa’daki yerel basın arasında ciddi farkların olduğunu söyleyebilirim.

Fransa’da, M.Ö 450.000 yılındaki toplumsal yaşayış ve insanlık üzerine kültürel incelemelerde bulunarak “İnsanlık Tarihi Müzesi”nin kuruluş ve açılış süreçlerinde görev aldınız. Müzeler ile alakalı gerçekleştirdiğiniz çalışmalardan bahseder misiniz? Bu çalışmalar arasında iletişim öğrencilerine yönelik projeler nelerdi?

Fransa’da yaşadığım süreçte kültür ve sanata çok önem verildiğini gördüm; çalıştığım üniversite ve enstitü bünyesindeki birçok müzenin kurulmasında da bilfiil görev aldım. Türkiye’ye döndüğümde ve İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde çalışmaya başladığımda bir “iletişim müzesi” hayata geçirmenin faydalı olacağını düşündüm. O sırada, yani fakültede göreve başladığımda İstanbul Üniversitesi Rektörlüğü’ne bağlı bir Film Merkezi olduğunu ancak artık devam etmediğini, film arşivinin kalorifer dairesinde kaderine terk edildiğini öğrendim. Bu beni son derece üzdü. İletişim Müzesi fikri de İstanbul Üniversitesi Film Merkezi’nin mevcut durumunu öğrendikten sonra harekete geçmemle doğdu. Nedir bu Film Merkezi, kısaca bahsedeyim: 1954’te Rektörlüğe bağlı olarak kurulmuş bir merkez. Amacı; film üretmek, bu filmleri yaymak, dış ülke yapımları ile ülkemiz yapımları arasında değiş tokuşu sağlamak ve arşivlemek, çeşitli yayınlar hazırlamak ve film üretiminin gelişmesine yardımcı olmak. Bu saydıklarım oldukça önemli görevler. Ben de üzerime düşen göreve istinaden Film Merkezi bünyesindeki kaderine terk edilmiş filmleri bulduklarını yerden çıkartarak temizlenmesini sağladım. Kameralar, montaj setleri vardı. Hepsini aldım fakülteye getirdim. Bu sırada TRT ile görüşüm, Film Merkezi’nin malzemelerinden bir müze kurmak istediğimi söyledim. TRT’nin depolarından müzenin kurulabilmesi için üç tır dolusu malzemeyi aldık, üniversiteye getirdik. Böylelikle İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi koridorlarındaki İletişim Müzesi doğmuş oldu ancak bu müzeye bir bina tahsis edilmesi için de çok uğraştım. Sponsor aradım, iş insanlarının kapısını çaldım, Vakıflar Genel Müdürlüğü’ne başvurduğum fakat sesimize kulak veren kimse olmadı. Ne yazık ki ülkemizde kültür ve sanata gereken önem verilmediğinden çabam sonuçsuz kaldı. Bir bina tahsis edilse, gereken özen gösterilse Türkiye’nin ilk iletişim müzesi olacaktı. İletişim Fakültesi’nde bu müzeyi kurarken rahmetli Metin Erksan’ı davet etmiştim, kendisini film makinelerini gördüğünde “Biz Yeşilçam Filmlerini hep bu makinelerle çekti, elinizdeki makineler çok kıymetli, çok önemli bir müze bu” demişti. Çoğu zaman aklıma geldikçe üzülüyorum. İnanın Avrupa’da böyle bir fikriniz, girişiminiz olsa, ki ben Fransa’da da bu süreçleri yaşadım, çok değer verilir hayata geçirmeniz için desteklenirsiniz fakat ülkemizde aynı şey söz konusu değil.





MEDIAJ

İletişim alanında ve medya sektöründe çalışan meslektaşlarınıza ne gibi tavsiyelerde bulunursunuz? Bu alanda eğitim gören öğrencilere söylemek istedikleriniz var mı?

Klişeden uzak kalmanın, yeniliklere açık olmanın fark yaratacağını düşünüyorum bu sektörde. Yaratıcı fikirler, işler ortaya koymak için farklı kaynaklardan sürekli olarak beslenmek gerekiyor. Çok okumak, çok gezmek, istişare etmek, görmek, araştırmak, incelemek, sorgulamak; bunlar olmazsa olmaz. Yani bir iletişimcinin algılarının daima açık olması gerekli ki ortaya gerçekten değerli, önemli şeyler çıksın.

Günümüzde bilgiye, kaynaklara erişmek gerçekten çok kolay ama bu kolaylık kimi zaman tehlikeli geliyor bana, insanı tembelleştirdiğini düşünüyorum. Şöyle söyleyeyim; bir röportaj yapacaksınız diyelim. Görüşeceğiniz kişiyle telefonlaşıyorsunuz ya da mailleşiyorsunuz, sonra sorularınızın yanıtlarını alıyorsunuz hem de hiçbir araya gelmeden. Bu ne kadar doğru bir yaklaşım? Tabii şimdi pandemi var, şartlar elbette değişti ama pandemi öncesinde gözlemlediğim bir mesele olduğunu için bundan bahsetmek istedim. Direkt gözlemim şu; gazetecilik artık masa başında yapılır bir iş haline geldi. özellikle gazeteciliğin belli alanlarına bu çok yerleşti. Gazeteciler oturdukları yerden haber yazmaya alıştılar. Oysa gazetecilik bu değil; aramak, kapıları çalmak, görmek, bulmak, sormaktır. Kısacası sahada olmak demektir. Haber kaynağınla gerektiğinde, imkânlar el verdikçe gidip yüz yüze görüşmek, gerçekten "iletişim kurmak" bunlar bu mesleğin doğası ama ne yazık ki biz bunu günümüzde teknolojik haberleşme araçlarına indirgiyoruz, gerçek iletişimi es geçiyoruz. Tabii işlerin bu noktaya gelmesinin başka başka sebepleri de var ancak meslekteki bu değişimin farkında olmak ve gerektiğinde sınırları zorlamak da önemli diye düşünüyorum.

Son olarak iletişim öğrencilerine de şunları söylemek isterim: üniversitedeki dört yıl inanın göz açıp kapayıncaya kadar geçiyor, bu dört yıl içinde kendiniz için yapacaklarınız mezun olduktan sonra geleceğinizi şekillendiriyor. Lütfen bu süreçte en az bir yabancı dil öğrenin, bol bol okuyun, araştırın, kendinizi keşfedin, ne yapmak istediğinize karar verin, sonrası zaten çorap söküğü gibi gelecek.

