

Türk Sinemasında Gazeteci Kimliğinin Temsili

Representation of Journalist Identity in Turkish Cinema

Emel ARIK* 
Hakkı AKGÜN** 

Öz

Kuşkusuz sinema filmlerinin üretildiği ve tüketildiği toplumsal bağlam filmin anlamlandırılması bakımından son derece önem taşımaktadır. Türkiye’de yaşanan ekonomik, sosyal ve siyasal gelişmeler neticesinde medyanın doğası, gazetecilik pratikleri ve gazeteci kimliği geçtiğimiz yüzyılda köklü değişimler geçirmiştir. Söz konusu değişimi sinemada temsil ediliş biçimi üzerinden inceleyen bu çalışmada basının tarihsel gelişimine ve dönüşümüne ışık tutularak yaşanan paradigma değişiklikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışma, toplumsal bir anlam üretim aracı olarak sinemanın, toplumsal bir niteliğe sahip gazeteci kimliğini temsil biçimi bakımından önem taşımaktadır. Bu amaçla 1960’tan günümüze başrollerinde gazeteci karakterlerin yer aldığı ya da doğrudan medyayı konu alan yapımlar arasından amaçlı örneklem yoluyla seçilen filmler söylem analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda 1980’li yıllara kadar sinema filmlerinde daha saygın bir konumda yer alan, entelektüel ve idealist fikir adamı olarak görülen gazeteci kimliğinin, 80’li yıllardan itibaren sinema filmlerindeki bu konumunu yitirmeye başladığı ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak basında ve toplumda yaşanan gelişmelerin gazeteci ve medya profesyonellerinin beyaz perdedeki temsillerine de doğrudan yansıdığı saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Gazeteci Kimliği, İdeoloji, Sinema, Söylem, Temsil.

Abstract

The social context, in which cinema films are produced and consumed, is undoubtedly important in terms of giving the meaning of the film. As a result of the economic, social and political developments in Turkey, the nature of the media, the practices of journalism and the identity of journalists have undergone profound changes in the last century. In this study, which examines the way this change is represented in cinema, it was attempted to reveal the paradigm changes by shedding light on the historical development and transformation of the press. The study is important in terms of the way the cinema, which is a means

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü, Antalya, Türkiye, E-Mail: emelarik@akdeniz.edu.tr

** Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Gazetecilik Bölümü, Antalya, Türkiye, E-Mail: hakkiakgun1@gmail.com

of producing social meaning, represents the identity of a journalist with a social character. In this purpose, the films produced since the early 1960s, in which the journalistic characters are in the starring roles or whose subjects are directly related to media, were selected through the purposive sampling method and they were examined through the discourse analysis method. As a result of the study, it was revealed that the identity of a journalist, which was reflected in the films until the 1980s as a respectful idealist intellectual, has begun to lose this representation in the films produced since the '80s. Consequently, it was determined that the developments in the press and society were directly reflected in the representations of journalists and media professionals on the silver screen.

Keywords: Cinema, Discourse, Ideology, Journalist Identity, Representation.

Giriş

Toplumsal temsilleri dönemsel koşullar ekseninde yansıtan sinema filmleri, çekildiği dönemi kavramak, günümüze dair gelişimsel süreci izlemek, karşılaştırmak ve sonuçlar elde etmek açısından önemli veriler sunmaktadır. Film karakterleri ise temsil ettiği kimliklerin kodlarını ortaya koyarken aynı zamanda söz konusu kimliğe ilişkin toplumsal yaklaşımı da imler. Dolayısıyla sinema filmlerinin üretildiği ve tüketildiği toplumsal bağlam filmin anlamlandırılması açısından önem taşımaktadır.

Sinema filmlerinin geniş izleyici kitlelerine kendi söylemlerini iletebiliyor olması onu toplumsal temsiller açısından önemli kılmakta, bu nedenle toplumsal bir sorumluluğa sahip olması gereken gazetecilik mesleğinin filmlerde nasıl temsil edildiği de önem taşımaktadır. Sinema filmlerinin genelinde gazeteci karakterlere bir kimlik atfedilmekte, bu kimlikler ise toplumun içinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve sosyolojik koşullar çerçevesinde şekillenmektedir. Dolayısıyla filmlere konu olan gazetecilerin ve medya çalışanlarının toplumun o dönemki sosyo-ekonomik ortamından bağımsız bir şekilde ele alındıklarını söylemek mümkün değildir. Bu bağlamda çalışma öncesindeki temel varsayımımız, değişen toplumsal koşulların, gazetecilerin kimliklerinde bir takım değişimlere neden olduğu, bu değişimin de sinema filmlerindeki gazeteci temsillerini farklılaştırdığı şeklindedir.

Dolayısıyla bu çalışmada, öncelikle medya metinlerinde temsil ve ideoloji konusuna değinilecek, ardından gazetecinin tanımını ve sorumlulukları ele alınacak ve son olarak da Türkiye'de basının gelişimi ve gazeteci kimliğinin dönüşümü tarihsel süreç içerisinde betimlenecektir. Çalışmanın araştırma kısmında ise 1960'tan günümüze başrollerinde gazeteci karakterlerin yer aldığı ya da konusu medya üzerine olan ve bu bağlamda öne çıkan yapıtlar arasından seçilen filmler söylem analizi yöntemiyle incelenecektir. Türk sinemasında konusu salt gazetecilik olan film sayısının azlığı nedeniyle, teması farklı ancak ana karakterlerinde gazeteci kimliği temsil edilen filmler de kapsama dâhil edilmiş ve ilgili sahnelerin öne çıkan diyaloglarının çözümlenmesinde en etkin yöntem olacağından söylem analizi tercih edilmiştir. Analiz edilecek filmler, amaçlı örneklem yolu ile tespit edilmiştir.

Kullanılan dilin kültürel ve toplumsal bağlamda ele alınması, metnin söylemini oluşturmaktadır. Söylem, kısaca metnin dünyaya bakış açısı ve onu yorumlama (söyleme) biçimi olarak adlandırılabilir. Sözen'e (1999) göre,

Söylem, bir dil pratiğidir; ideoloji, bilgi, diyalog, anlatım, beyan tarzı, müzakere, güç ve gücün mübadelesiyle eyleme dönüşen dil pratiklerine ilişkin süreçlerdir. Bir süreç olarak

söylem, anlatım ve konuşma eylemlerinin içsel kurallarıyla düzenlenir. Söylemin kendi içsel kuralları, söylem düzenlerini oluşturur; söylem, düzenlenmiş söylemlerden müteşekkildir. Söylem konusunda teorik yaklaşımlar söylemi bir metin gibi, pratik yaklaşımlar ise insanların karşılıklı konuşmalarında ortaya çıkan anlam mübadeleleri olarak görür (s. 20).

“Söylem analizinin nitel içerik çözümlemesinden en önemli farkı, metni parçalara ayırmadan bir bütün olarak ele alması ve metin içindeki egemen söylemin nasıl inşa edildiğini ortaya koymasındır” (İrvan, 2000, s. 81). Söylem analizinde bağlam merkezi bir belirleyicidir ve bu yönüyle metinleri bağlamından yalıtılarak analiz eden yapısalcı analizden farklılıklar göstermektedir. Söylem analizini sosyal bilimlerin pek çok farklı disiplininden yararlanarak meydana getirilmiş disiplinler arası bir yöntem olarak tanımlamak mümkündür. Söylem analizinde analizci, metnin içerdiği verileri, bağlamla ilişkilendirerek, üreticinin yorumuna ulaşmayı amaçlamaktadır. Söylem, oluşturulduğu dönemin ve ortamın ekonomik, siyasal ve toplumsal yapısını içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenle, ele alınan filmlerde geçen diyalogların incelenmesinde dönemin ardalan bilgisi de göz önünde bulundurulacaktır. Çalışma değişen toplumsal koşullar ve sinemada temsil ilişkisini göstermesi açısından önemlidir, bu boyutuyla da alan yazınına katkı sağlaması umulmaktadır.

Medya Metinlerinde Temsil ve İdeoloji

Kitle iletişim araçları doğrudan gerçeği aktarmaz; gerçeği kendi ideolojisi doğrultusunda kodlar, yani gerçeği yeniden üretir. Bu kodlama işlemine temsil denilmektedir. Bir diğer ifadeyle temsil, medyanın reel dünyayı kendi ideolojisi dâhilinde yeniden kurgulama sürecidir. Greame Burton’a (1997) göre medya, sosyal grupları çeşitli tiplerle yoluyla sürekli tekrar ederek davranışlarının ve kişiliklerinin temsilinden sorumludur (s. 137).

Anlam karakterler aracılığıyla oluşturulur, birbirleriyle olan diyalogları onların değer yargılarını ve söylemlerini meydana getirir. Stereotipler, medya temsilinde söylemi belirleyen en önemli ideolojik yapılanmadan biridir. Tiplerlerdeki temsil, toplumdaki güç ilişkilerinin konumunu yansıtmaktadır. Temsilde temsil edilenlerle ilgili olarak seyirciye nasıl düşünülmesi gerektiği iletilir. İletilen bu değer yargıları, temsil üzerinden algılanır. Bu bağlamda temsil ve ideoloji iç içedir. Temsil, biz ve öteki olarak belli bir negatifik içerisindedir vurgulanırsa negatiftir. Valentin Nikolaevich Voloshinov’a (2000) göre, herhangi bir ideolojik üretim sadece realitenin bir parçası olarak kendisini temsil etmez, o aynı zamanda üretimin ve tüketim ideolojisinin ya da diğer faktörlerin biri temsilidir. İdeolojik anlam üretiminde her temsil, resmetme ya da duruş, tüm bu dışsal faktörlerin yansıması, başka bir deyişle gösterenidir. Gösteren (işaret) olmadan ideoloji var olamaz (s. 78).

Terry Eagleton’a (2000) göre ideoloji:

belli insan özneleri arasında, dilin belirli etkiler yaratmak amacıyla fiilen nasıl kullanıldığıyla ilgili bir şeydir. Bir önermenin ideolojik olup olmadığına, söz konusu önermeyi söylemsel bağlamından kopartılmış bir halde inceleyerek karar veremezsiniz. İdeoloji bir ifadenin içerdiği dilsel özelliklerinden çok kiminle hangi amaçlarla ne söylediğiyle ilgili bir meseledir. Tamamen aynı dil birimi, bir bağlamda ideolojik sayılabilirken bir başka bağlamda sayılmayabilir; ideoloji bir sözcenin, kullanıldığı toplumsal bağlamla ilişkisinin bir işlevidir (s. 28).

Teun Van Dijk (2003) ise ideolojiyi şöyle tanımlamaktadır: “İdeolojiler, bir grubun kimliği, toplumdaki yeri, ilgileri ve amaçları, diğer gruplarla olan ilişkileri, yeniden üretimleri ve doğal ortamları gibi karakteristik özellikleriyle ilişkili olan, toplumsal olarak paylaşılan inançlardır” (s. 21). Dolayısıyla bir medya metni olarak sinema da toplumsal anlamlar üretmekte ve söyleme göre temsillerini biçimlendirmektedir. İdeoloji kodlamayı, yani söylemi oluşturmakta, bu da karakterlerin bu doğrultuda kurgulanmalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla sinemadaki her temsil, bir söylem eylemidir ve bağlamdan etkilenerek oluşturulmuştur.

Gazeteci Kimliği: Tanımı ve Sorumlulukları

Demokratik toplumlarda medya yasama, yürütme ve yargının ardından dördüncü güç olarak kabul edilmekte, dolayısıyla medya içeriklerini üreten gazeteci de bu gücün içerik üreticisi olarak önemli bir görevi yerine getirmektedir. Bu bağlamda gazeteci üstlendiği kamusal sorumluluğun bilincinde olmalı ve toplumun doğru ve tarafsız bir şekilde bilgilendirilmesini sağlamalıdır (Alemdar, 1990; Girgin, 2000; Özgen, 2006).

Araştırmacı gazeteciliğin öncü isimlerinden Uğur Mumcu'ya (1992) göre gazeteci, haber ve bilgi kaynağına en çabuk ulaşan ve bu kaynaklardan edindiği bilgi ve haberleri okurlarına sunan insandır. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu ise gazeteciyi şöyle tanımlamaktadır:

Asli, sürekli ve ücretli işi bir ya da birkaç yazılı veya görsel-işitsel kitle iletişim aracına yazı veya resimle katkıda bulunan, kazancının çoğunu böylece sağlayan kişidir. Gazetelerde ve süreli diğer yayınlarda veya radyo ve televizyondan yayınlamak üzere güncel olayları ve haberleri toplayan, veren, yorumlayan kişidir (Bohere, 1986, s. 72).

Eric Maigret (2012) gazeteciyi “kamuya bilgi verme amacıyla yola çıkan, tarafsız bilgi verme esasını temel almış, mesleğe dair gerekli teknik ve profesyonel yetilerle donanmış kişi” şeklinde tanımlamıştır. “Gazeteciler kendi fikirlerinden ziyade bağlı buldukları kuruluşların söylemlerini üreterek ve tekrar üreterek halka ileten kişilerdir” (s. 208). Maigret'e (2012) göre, “gazeteciler kendilerini bir kamuoyu mahkemesi gibi göstererek yaklaşabildikleri yargı kanıtları/kuralları önünde eğilmezler ve devlete karşı kamu alanını oynarlar. Dolayısıyla kimlikleri ve mesleki ahlakları kavranamaz” (s. 220).

Amerikalı gazeteci John Hohenberg (1963), mesleğinde kaldığı süre boyunca bir gazetecinin, “(1) sorumluluk ve muhakeme kabiliyeti, (2) eğitim, yetişme tarzı, meslekte edindiği tecrübe ve staj, (3) muhabirler, yazarlar ve yayın müdürleri için gerekli teknik bilgi ve (4) meslek standartları ile meslek ahlakına uygunluk kriterlerini taşıması gerektiğini vurgulamaktadır” (s. 21).

1970'li yıllara kadar özel bir eğitim gerektirmeyen gazetecilik, günümüzde dersleri üniversitelerde okutulan bir meslek haline gelmiştir. Bunun yanında, çeşitli özel kurslar, vakıflar, enstitüler, meslek kuruluşları ve cemiyetlerin de bu yönde eğitim çalışmaları vardır. Modern toplumlarda halka bilgiyi aktaran gazeteciler herkesin sesinin duyulmasını sağlayan bir işlev görmektedir. Böylece gazete ve gazeteciler, insanların farklı fikirlerden haberdar olmalarını sağlayıp insanların fikir alışverişinde bulunabilecekleri bir ortam yaratırlar (Belsey ve Chadwick, 1998, s. 41).

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin yayınladığı Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ne (1998) göre,

Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.

tanımı da alan yazını açısından son derece önemlidir. Aynı metne göre, bir gazetecinin sahip olması gereken ilkeler ve yapması gereken görevler şöyle tanımlanmaktadır:

Bir gazeteci, halkın bilgi edinme hakkı uyarınca, gazeteci, kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçeklere ve doğrulara saygı duymak ve uymak zorundadır. Gazeteci; bilgi ve haber alma, yorum yapma ve eleştirme özgürlüklerini ne pahasına olursa olsun savunmalıdır. Gazeteci; temel bilgileri yok edemez, görmezlikten gelemes ve metinlerle belgeleri değiştiremez, tahrif edemez. Yanlış, yanıltıcı ve tahrif edilmiş yayın malzemesi kullanmaktan uzak durur. Gazeteci, çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipülasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan kesinlikle uzak durur. Gazeteci, bir bilginin, haberin yayını ya da yayınlanmaması karşılığı hiçbir maddi veya manevi avantajın peşinde olamaz. Gazeteci, devlet başkanından milletvekiline, iş adamından bürokratına kadar haber kaynağı olarak da kabul edilen kişi ve kurumlarla iletişimini ve ilişkisini meslek ilkelerini gözeterek yürütür. Gazeteci, mesleğini, reklamcılıkla, halkla ilişkilerle veya propagandacılıkla karıştıramaz. İlan – reklam kaynaklarından herhangi bir telkin, tavsiye alamaz, maddi çıkar sağlayamaz.

Ana akım çerçevesinde toplumsal bağlamından bağımsız olarak kimliği inşa edilen gazetecinin sahip olması beklenen ilkeler ve yapması gereken görevler tamamen kamusal bir sorumluluk üzerine kuruludur. Ne var ki, bu sorumluluğun eksiksiz bir şekilde gerçekleştirilebilmesi uygun toplumsal zemine bağlıdır ve pek tabii koşulların değişkenliği gazetecilik pratiklerini de etkileyebilmektedir.

Türkiye'de Basının Gelişimi ve Gazeteci Kimliğinin Dönüşümü

Osmanlı basınının temel özelliği sınırlılıkların egemen olduğu bir toplumsal yapıda her şeye rağmen önemli gelişmeler yaşanmasıdır. Gazeteciliğin doğuşu da bunlar arasında sayılabilir. Güçlülere rağmen, toplumsal sorunları dile getirme Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde gelişen bir iştir. Gazetecilik bu açıdan önemlidir ve sıradan bir meslek değildir; o, toplumsal sorunlar karşısında duyarlı insanların mesleği olmuştur. Osmanlı aydını aynı zamanda gazetecidir, yazardır, siyasal sisteme çoğunlukla karşıdır (Alemdar, 2000, s. 5).

Türk basını açısından 1923-1950 arası yıllar, mevcut sosyo-politik ortamın ve çıkartılan pek çok kanunun da etkisiyle siyasal iradeyle uyum içerisinde işleyen bir görünümün sergilendiği, çok sesliliğe fazla olanak tanınmadığı ve modernleşme yolunda basın ile tek parti yönetiminin adeta güç birliği yaptığı bir dönemdir. Bu güç birliğine tereddütle yaklaşan basın çalışanları içinse hükümet tarafından devreye sokulan yasal zorunluluklar belirleyici olmakta, dolayısıyla muhalefet

olanaklarının alabildiğince sönük kaldığı bir iletişim ortamının varlığı her basın çalışanı adına yönlendirici olmaktadır (Kabacalı, 1994; Koloğlu, 1992).

Öte yandan gerek Osmanlı döneminde gerekse Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında gazetelerde yazarlar ve çalışanlar genellikle edebiyat kökenli kişiler olmuştur. Gazetelerin gazeteci ailelerin sahipliğinde olduğu cumhuriyetin ilk yıllarında gazete yazarları toplumda görece saygın bir konumdadır. Bu dönemde gazete sahipleri genellikle varlıklı, entelektüel yanı güçlü fikir adamlarından oluşur. Gazeteci patronların oluşturduğu bu fikir adamları aynı zamanda gazetenin içeriğinin oluşmasında ilk söz sahibi ve genellikle de gazetenin başyazarıdır (Kılıçatan, 2010, s. 51). Söz konusu dönemde çıkan gazetelerde çalıştırılmak için genellikle edebiyatçı kimliğiyle tanınan, en az bir dil bilen ve yabancı basını takip edebilecek yazarlar tercih edilmektedir. İlgili dönemi “fikir gazeteciliği” olarak tanımlayan Gülseren Adaklı’ya (2006) göre, fikir gazeteciliğinin edebi tarafının dışında en önemli özelliği, profesyonelleşme ve uzmanlaşmaya dayalı karmaşık işbölümünün yerine, zanaat benzeri bir iş bölümünün basında yaygın olmasıdır. Zanaat üretiminde her zanaatkâr, bir malı üretebilmek için tüm işleri sırayla kendisi yapmaktadır. Dolayısıyla fabrika üretimlerinde olduğu gibi bir işte uzmanlaşma yoktur (s. 106-109).

1950’li yıllarda Demokrat Parti’nin halkın büyük çoğunluğunun desteğini alarak Cumhuriyet Halk Partisi’nin 27 yıllık iktidarını sona erdirmesiyle, cumhuriyetin bilinen paradigmasının dışında yeni bir dönem başlar. Deneyimsiz bir iktidar, küçük Amerika olma hayalleri kuran bir halk ve elde edilen sonuçtan çoğunlukla memnun bir basın, 1950’li yılların başındaki Türkiye fotoğrafını tamamlayan temel unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Bu arada 1940’lı yılların sonuna doğru yumuşayan basın-hükümet ilişkileri, Demokrat Parti’nin iktidara gelmesiyle daha da ivme kazanmıştır. Demokrat Parti’nin yönetime gelmesinin ardından çıkarılan 15 Temmuz 1950 tarihli Basın Kanunu, özgürlükçü bir ortam getirmiş ve gazetecilerin güvenli bir yayıncılık yapmalarına olanak sağlamıştır. Bu yasa ile hükümet basına ne kadar önem verdiğini vurgulamış ve 1950’lerin başındaki bu ılımlı hava basın çalışanlarına pozitif yönde yansımıştır (Kabacalı, 1994; Koloğlu, 1992; Adaklı, 2006; Topuz, 2003). Ayrıca baskı tekniklerinin gelişmesi, günlük gazetelerin zengin pazar ilaveleri vermeleri gazeteciliğin gelişimine olanak sağlamıştır.

1950’li yılların ortasına doğru basın ile Demokrat Parti arasındaki ‘olumlu’ ilişki sona ermiş, 1954 yılında çıkarılan bir yasa ile 1950’de elde edilen kazanımlar geri verilmiş ve basın yoluyla kişilere yöneltilecek eleştirilerin cezalandırılması kabul edilmiştir. Kuşkusuz bu ‘olumsuz’ gelişmeler Demokrat Parti’nin izlediği ekonomik ve siyasal politika ile çok yakından ilgilidir. ABD’ye bağımlı bir dış politika, ülke kaynaklarının kullanımındaki plansızlık, savurganlık çok kısa sürede ekonomik ve siyasal bunalımları beraberinde getirmiştir. Basın bu gelişmeleri izleyip kamuoyuna aktardıkça halkın oy desteğine sahip Demokrat Parti, hoşnutsuzluğunu yasal ve idari önlemleri arttırmakla göstermiştir (Alemdar, 2001, s. 202). 1954 yasasından sonra basına karşı alınan tedbirler devam etmiştir. 1956 yılında devletin şerefine zarar vermeye yönelik her türlü yayın yasaklanmıştır. Bir yıl sonra gazete kâğıdı ithali ve reklâm dağıtımı devlet tekeli haline gelmiş, hükümet böylece kendi gazeteleri ile ötekiler arasında ayırım yapabilme olanağına kavuşmuştur. 1954 ile 1960 yılları arasında çok sayıda gazeteci kovuşturulmaya uğramış, hapis cezasına çarptırılmıştır (Alemdar, 1986, s. 176; Topuz, 2003, s. 42). Bu arada örtülü ödenekten sadece Demokrat Parti’ye yakın gazeteler

faydalandırılmış, “besleme basın” tartışmaları gündeme gelmiş ve resmi ilanlardan faydalanmak isteyen basın kuruluşları muhalefet dozlarını iktidara göre ayarlamak durumunda kalmışlardır. 1950’lerin başındaki ‘pembe’ tablo süratle dağılmış, basının büyük bir kısmı ile hükümet arasında sert bir mücadele döneme damgasını vurmuştur (Topuz, 2003, s. 43).

27 Mayıs 1960 Darbesi’ne kadar süren bu sürecin ardından 1961 Anayasası ile gazetecilik alanında bazı iyileştirmelere gidilmiş ve basın özgürlüğü görece teminat altına alınmıştır. Bu dönemde ortaya konan bir diğer düzenleme ise “Fikir İşçileri Kanunu” olarak tabir edilen ve 10 Ocak 1961’de yürürlüğe giren kanundur. Gazetecilerin ve basın çalışanlarının büyük kazanımlar sağladığı bu kanunun yürürlüğe giriş tarihi olan 10 Ocak, ülkemizde hâlâ “Çalışan Gazeteciler Bayramı” olarak kutlanmaktadır. Basında özgürlük seslerinin yükseldiği bu dönemde de gazetelerin başında gazeteci patronlar yer almaktadır. Yine aynı dönemde Basın İlan Kurumu kurularak ilanların siyasilere dağıtılmasının önüne geçilmek istenmiştir. 12 Mart 1971 muhtırasının ardından ise pek çok gazeteci kovuşturmayla uğramış ve bazı gazeteler kapanmak zorunda kalmıştır. Türkiye basını açısından 1970’ler, TV’nin kısa sürede bütün Anadolu’ya yayılmasının getirdiği sorunlarla yüklüdür. Yaygınlaşan televizyon, günlük basının okur almasını durdurduğu gibi, özel ilanların yarıya yakını yazılı basından kendisine çekmiştir. Olanakları yetersiz küçük gazeteler önemli sarsıntılar geçirirken, büyük basına en modern elektronik yöntemlerden yararlanan ofset baskı egemen olmuştur. Sermaye yoğunlaşması ve tekelleşme de böylece en üst düzeye ulaşmıştır. Renkli sayfalar artmış, kâğıt zamları ve dış girdiler, maliyetleri yükseltmiştir. Çoğunlukla bulvar gazetesi özelliklerinden yararlanan bazı büyük gazeteler de okur alabilmek amacıyla piyango ve armağan dağıtımını yaygınlaştırmışlardır (Gevgilili, 1983, s. 227).

1970’li yıllar 1960’lı yıllarda basına verilen özgürlüklerin geri alınmaya çalışıldığı yıllar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu döneme mesleği uğruna saldırıya uğrayan ve hayatını kaybeden gazeteciler damga vurmaktadır. Savcı Doğan Öz’ün öldürülmesi, Server Tanilli’ye düzenlenen saldırı, Abdi İpekçi suikastı gibi olaylar muhalif gazeteci, yazar vb. kişiler üzerinde kurulmak istenen baskının göstergesi olarak Türk basın tarihine geçmiştir (Topuz, 2003, s. 248-253). Artan toplumsal olaylar ve suikastlar 12 Eylül 1980 Darbesi’ne zemin hazırlayacak ve basında da köklü bir dönüşümü beraberinde getirecektir.

Yaşanan toplumsal ve siyasal gelişmelerin yanı sıra, bu dönemde gerçekleşen iktisadi ve teknolojik gelişmeler de basını, gazetecilik pratiklerini ve gazeteci kimliğini biçimlendirmiştir. Bu değişikliklerden en önemlisi de kitlesel gazeteciliğin bir zorunluluğu olarak ortaya çıkan basında kapitalistleşme olgusunun hız kazanması ve buna bağlı olarak yatay ve dikey birleşmeler gibi yapısal değişimlerin temellerinin atılmasıdır. Hürriyet’in 1960’ta anonim bir şirkete dönüşmesi ve 1979 yılında Abdi İpekçi’nin ölümünün ardından *Milliyet* gazetesi hisselerinin Aydın Doğan tarafından satın alınması (Adaklı, 2006, s. 118-119), basında hızlanan kapitalistleşme sürecinin yatay ve dikey birleşmeler vasıtasıyla gerçekleşeceğinin sinyalini vermektedir. 1970’li yıllardan itibaren tüm gazetelerin ofset baskı sistemine geçmesi ve büyük gazetelerin yurt içinde ve yurt dışında belirli merkezlerde basım evleri kurup, baskılarını oralarda gerçekleştirmesi de basında büyük bir maliyet yaratmış (Koloğlu, 1992, s. 78-79) ve yaşanan bu yapısal değişime olanak sağlamıştır.

24 Ocak 1980 Ekonomik Kararları ve ileride bu kararların daha kolay uygulanmasını sağlayacak olan 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi, basında gerçekleşen köklü dönüşümün temel nedenleridir. 24 Ocak 1980 tarihinde 6. Süleyman Demirel hükümeti tarafından alınan ekonomik kararlar, basın ve ülke ekonomisini dönüştürecek serbest piyasa ekonomisine geçişte büyük bir rol oynamıştır. Bu dönemde basın sanayinin temel ham maddesi olan kâğıda devlet tarafından yapılan sübvansiyonlar kaldırılmış ve gazete kâğıdına %300 zam yapılmıştır. O güne kadar kilo maliyeti 35 TL civarında olan ve basın sektöründe faaliyet gösteren gazetelere 9 TL'den verilen kâğıt, sübvansiyonların kalkmasıyla bir anda 41 TL olmuştur. Bu dönemde gazete kâğıdının en fazla zam yapılan ürünler arasında olması basının mali yapısının bozulmasında en büyük etken konumundadır. Artan hammadde maliyetleri, gazetecilik mesleğinden gelen kişi ve ailelerin sahip olduğu basın ve medya organlarının yerine, gazetecilik ile ilgisi olmayan, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren ve gazeteyi ekonomik çıkarları için kullanışlı bir araç olarak gören medya patronlarının eline geçmesine neden olmuştur (Adaklı, 2006, s. 140-141).

Medya dışı sermayenin bu sektöre girmesindeki en önemli motivasyonlar dördüncü gücü paylaşma, siyasi çevrelerde itibar görme, medyayı bir silah olarak kullanarak diğer sektörlerdeki yatırımların etkinliğini artırma (devlet ihaleleri alma, özelleştirmelerden pay alma, devlet bankalarından ucuz kredi sağlama, vb.) devlet teşviklerinden ve rantlardan öncelik kapma, medyayı kullanarak diğer banka ve şirketlerinin reklamını yapmak (Sönmez, 2003, s. 35) olarak özetlenebilmektedir.

1980'lerin ortalarından itibaren Türk medyasında iki farklı özellik ön plana çıkmaktadır. Bu yeni dönemde medya artık bir sanayi kompleksi içinde yeniden üretimi sağlamaktadır. Medya dışı sermaye, sektöre herhangi bir sanayiye girer gibi girme ve bunun kurallarını taşıırken sektörün eskilerine de aynı kurallarla ve bir sanayi kompleksi çerçevesinde üretimi realize etme ya da sektörü terk etme şartlarını empoze etmektedir (Sönmez, 1996, s. 77). 1990'lı yıllarla birlikte ise medya sektörüne hâkim olan sermaye tamamen basın dışı sermaye olmuştur. Pek çok iş kolunda şirketi olan büyük holdingler, medyayı stratejik bir araç olarak kodlamakta ve yüksek rekabet ortamında süreç daima güçlülerin lehine işlemektedir. Bu arada holdingler sadece gazete veya televizyonla da yetinmemekte, medyanın tüm alanlarında söz sahibi olma çabası içine girmekte, dolayısıyla alanın tüm boyutlarına hakim olan pek çok tekel ortaya çıkmaktadır. Bugün ülke medyasının hemen hemen tümü büyük holdinglerin kontrolü altındadır ve bu şartlarda bağımsız habercilik yapmak gitgide zorlaşmaktadır (Sönmez, 2003, s. 36).

Medyanın halka karşı olan sorumluluklarından uzaklaşıp, iktisadi fayda sağlayan bir araç haline gelmesine neden olan bu dönüşüm, sektörde çalışan gazetecilerin görev tanımlarını ve dolayısıyla onlara karşı bakış açısını da derinden etkilemiştir. Görevi halka doğru ve tarafsız bir biçimde önemli olayları bildirmek olan gazeteciler artık medya patronları tarafından kapitalist artı değer üreten bir işçi olarak görülmektedir. Yeni medya patronlarına göre gazeteci nasıl olursa olsun tirajı veya reytingi arttırmalı, patronların ideolojilerini yansıtmalı, grubun çıkarlarına zarar vermemelidir. Dolayısıyla basında ve tüm medya ortamında önemli dönüşümlerin yaşandığı 1980-2000 yılları idealist gazetecilerin tutumlarını değiştirmek zorunda kaldığı bir dönem olarak ortaya çıkmaktadır.

Neoliberal politikaların uygulanmaya başlamasının yanı sıra yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerinin kullanılmasıyla birlikte 1980'li yıllar, tüm dünyada yeni bir dönemin başlangıcını imler hâle gelmiştir. Türkiye'de de 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül Darbesi'yle birlikte hayata geçirilen neoliberal politikalarla şekillenen medya sektörünün yeni yapısı belirginleştikçe, kültürel bir pratik olarak gazetecilik mesleği de değişen çalışma anlayışı ve piyasa ekonomisinin oluşturduğu yeni yapı içerisinde önemli değişiklikler geçirmiştir. 1980'li yıllarla birlikte muhabir, foto muhabiri ve kameraman gibi üretim sürecinde önemli yer teşkil eden gazeteciler değer kaybederken, yönetici kadro ile oldukça sıkı ilişkiler içinde olan köşe yazarları önem kazanmaya başlamıştır. Daha doğru bir deyişle, medyanın taşındığı “yeni mimaride” haber geri plana itilirken, köşe yazıları ön plana çıkmıştır. Bunun en temel nedeni de, grup çıkarlarının önemli olduğu yeni yapının gereksindiği ideolojik harcın çoğunlukla köşe yazarları tarafından oluşturulmasından kaynaklanmaktadır (Toktaş, 2010, s. 164-172).

Medya sektöründe 1980'li yıllarla birlikte meydana gelen dönüşüm, basının önceliklerinin değişmesine de neden olmuş ve yayın politikalarının belirlenmesinde yeni medya patronlarının kar yönelimi belirleyici hale gelmiştir. Ekonomik parametreler, yayın içeriklerini biçimlendirmiş ve yayın yönetimi, işletme yönetiminin gölgesinde kalmıştır. Dolayısıyla piyasa ve pazar koşulları ön plana alınmış, geleneksel gazetecilik ilkelerini göz önünde bulundurmamak yerine, medya kuruluşları herhangi bir şirket gibi maksimum kar güdüsüyle yönetilmiştir. İşletme prensiplerinin öncelikli olması, basın kuruluşlarının kar/zarar mantığıyla yönetilmesi basının kamusal görevlerini sekteye uğratmış ve toplum nezdinde gazeteciliğin de önemli ölçüde prestij kaybetmesine neden olmuştur.

KONDA ile İstanbul Kültür Üniversitesi'nin “Türkiye Gençliği Araştırması” (2011) başlıklı çalışmasında da 35 ilde 2366 kişiyle görüşülmüş ve “en çok hangi kuruma gönülden güvenirsiniz?” sorusunda katılımcıların sadece %0,6'sı medyayı seçmişlerdir. Reuters Gazetecilik Çalışma Enstitüsü'nün 37 ülkeyi kapsayan Dijital Haber Raporu (2018) sonuçlarına göre, Türkiye medyaya güven sıralamasında 28. sıradadır. Aynı araştırma raporu kapsamında yöneltilen “Geçtiğimiz hafta içinde tamamen uydurma (yalan) habere rastladınız mı?” sorusuna verilen %49'luk evet cevabıyla Türkiye, haberin dezenformasyonunda tüm ülkeler arasında 1. olmuştur. Buradan, halkın medyadan aldığı haberlerin yarısına güvenmediği, bir başka deyişle, medyadan alınan haberlerin yarısının yalan olduğunun düşünüldüğü sonucu çıkmaktadır. Kadir Has Üniversitesi tarafından her yıl gerçekleştirilen “Türkiye Sosyal Siyasal Eğilimler Araştırması” (2018) verilerine göre ise medya, %39,1'lik oranla yine toplumun gözünde en az güvenilen kurumdur. Tüm bu araştırma sonuçları medyaya ve medya profesyoneli olan gazetecilere ilişkin ciddi bir güvensizliği işaret etmekte ve gazetecilerin geçmişteki saygın konumlarını günümüzde koruyamadıklarını açık bir şekilde ortaya sermektedir.

Türk Sinemasında Gazeteci Kimliğinin Çözümlemesi

Türk sinemasında konusu doğrudan medya/basın/gazetecilik olan film sayısı çok fazla değildir, ancak farklı temalardaki filmlerin ana karakterlerinde sıklıkla gazeteci kimliği temsil edilmekte ve dolayısıyla çıkarım yapmayı olanaklı kılmaktadır. Bu amaçla, Türk basınında yaşanan köklü

değişimler göz önünde bulundurularak dönemselsel bir kategorizasyon yapılmıştır. 1960-1980 dönemi Türk sinemasında gazeteci temsili, 1980-2000 dönemi Türk sinemasında gazeteci temsili ve 2000'li yıllarda Türk sinemasında gazeteci temsili olmak üzere üç farklı dönem tespit edilerek amaca dönük bir örneklem oluşturulmuş, söz konusu dönemlerde gazetecilerin etkin bir şekilde temsil edildiği üçer film seçilmiştir. Yapılan söylem analizi görsel öğelerin incelemesini dışarıda bırakan, daha çok diyaloglar ve temsile odaklanan bütüncül bir analizdir. Burada mümkün olduğunca metnin, yani temsilin bağlamla ilişkisine odaklanılacak ve değişen toplumsal koşulların sinemada anlatı öğelerini nasıl biçimlendirdiğine ışık tutulmaya çalışılacaktır. Bu bakış açısı doğrultusunda metnin söylem analizi, temel olarak toplumbilimsel çözümleme yöntemi doğrultusunda ele alınmıştır. Toplumbilimsel çözümleme yöntemi, Arthur Asa Berger'e (1993) göre, metni bazı sosyolojik kavramların ışığı altında ele alır ve bu kavramların metinde nasıl yapılandığını inceler (s. 49). Özellikle haberlerin söyleminin çözümlenmesi üzerine çalışan Teun van Dijk'a (1999) göre ise, toplumsal iktidarın uygulanması ve korunması ideolojik bir çerçeveye, bu ideolojik çerçeve de bir mecraya ihtiyaç duymaktadır. Bir toplumun genelinin, bir grubun üyelerinin veya iktidar sahiplerinin çıkarlarıyla ilişkili temel değerleri oluşturan çerçeve esas olarak iletişim ve söylem yoluyla kazanılmaktadır, onaylanmaktadır ve değiştirilmektedir (s. 335). Bu bağlamda, elde edilen bulgular ışığında medyada yaşanan dönüşümlerin Türk filmlerindeki gazeteci temsillerine yansımaları değerlendirilecektir. Çalışmada medya profesyoneli kavramı bağlı bulunduğu medya kuruluşunun çıkarlarını kamusal sorumluluğun ve meslek ilkelerinin önünde tutan medya çalışanı anlamında kullanılacaktır. İdealist gazeteci kavramı ise kamu yararı ve meslek ilkelerini her koşulda savunan gazeteci anlamında yer alacaktır.

1960-1980 Dönemi Türk Sinemasında Gazeteci Temsili

Araştırma kapsamında bu dönemde Vedat Türkali'nin yönettiği 1965 yapımı *Sokakta Kan Vardı*, Orhan Aksoy'un yönettiği 1976 yapımı *Öyle Olsun* ve Yücel Uçanoğlu'nun 1979 yapımı *Gazeteci* filmleri analiz edilmiştir.

Sokakta Kan Vardı

Vedat Türkali'nin yönetmenliğini yaptığı ve başrolünde Yılmaz Güney'in yer aldığı 1965 yapımı filmin merkezinde gazeteci Turgut karakteri yer almaktadır. Gazete patronlarının gazeteci aileler olduğu bir dönemde gösterime giren filmde Turgut, kayınpederinin gazetesinde çalışan başarılı bir gazetecidir. Filmde, yozlaşmış şehir hayatının harcadığı insanların hikâyesi anlatılır. Gazeteci Turgut, bir süredir geniş kapsamlı bir dosya üzerinde çalışmaktadır. Uyuşturucu kaçakçılığı, fuhuş ve insan ticareti trafiğini çözmeyi hedeflemektedir. Bu uğurda günleri ve geceleri barlarda, gece kulüplerinde geçmiştir. Turgut fuhuş olaylarını araştırmaktadır fakat mesleğinin polislik değil yalnızca gerçekleri gün yüzüne çıkaran gazetecilik olduğunun farkındadır. Bu durum filmde Turgut'un komiserle konuşmasında görünmektedir:

Komiser: Yardım et de yakalayalım şu ahtapotu Turgut bey.

Turgut: Ben gazeteciyim, polis değilim komiser bey.

Filmde gazeteci, mesleğine bağılı idealist bir kişidir. Bu durum Turgut'un yoğun çalışmasından ve fuhuş konusunu araştırmamasından rahatsız olan eşiyile arasındaki konuşmada şöyle geçmektedir:

Turgut'un Eşi: Seninki sadece özentisi. Eğer başka maksatların yoksa tabii. Ne ihtiyacımız var bizim çalışmaya? Neyimiz eksik? Koskoca gazete bizim değil mi? Babam...

Turgut: Hay gazetenden de babandan da. Ben gazeteciyim, yazarım ben. Ne yapayım ben gazetenin binasını?

Filmin hakim söylemi gazeteciliğin yalnızca para için değil bu mesleğe bağılı idealist kimseler tarafından yapıldığı üzerine kurulmuştur. Toplumcu bir bakış açısı filmin tamamına hakimdir ve temsiller de emek-sermaye çelişkisi üzerinden kurgulanmıştır. Filmin sonunda gazete patronu kayınpeder Turgut'un yazılarının yayınlanmasını yasaklar ve işten kovar, yani patron kazanır, fakat işçileri temsil eden Turgut benliğini koruyarak, ekmeği pahasına kapitalizmin karşısında durur. Bu film sosyalist-toplumcu bir bakış açısı bağlamında Turgut üzerinden esasında bir toplum eleştirisi yapar ve "patron zihniyeti"nin tüm kötülüklerini bir gazete üzerinden etkili bir şekilde izleyicilerine yansıtır. Gazeteler patronlar tarafından yönetilmekteyse de, sistem içerisinde yer alan idealist karakterler hem bireye hem de gazeteciye ilişkin umudu canlı tutar.

Öyle Olsun

Orhan Aksoy'un yönetmenliğini yaptığı ve başrolünde Tarık Akan'ın yer aldığı 1976 yapımı filmin merkezinde gazeteci Ferit karakteri yer almaktadır. Ferit, gazetede "Kepçe" takma adıyla yazılar yazan, haberler yapan bir gazetecidir. Ferit'in hedefinde Hulusi Kentmen'in canlandırdığı zeytinyağı kralı Hulusi vardır. Ferit karakterinde temsil edilen gazeteci "Zeytinyağı Kralı'nın dalavereleri!" başlıklı yazısıyla halkın yanında güçlünün karşısında olarak konumlandırılmaktadır. Filmde gazetecilik halka karşı suç işleyenlerin ipliğini pazara çıkararak bir meslek olarak temsil edilmiştir. Ferit'in yazdığı yazılar sayesinde gazetenin tirajı artmış fazla mesaiye kalan matbaa çalışanlarının yüzleri gülmüştür. Ferit'in gazeteciliğe bakış açısı patronuyla aralarında geçen şu konuşmada ortaya çıkmaktadır:

Patron: Şu başlığa bak be birader. Yediğimiz zeytinyağlarının yarısı makine yağı. Hah, cepler nasıl doluyor?

Ferit: Yalan mı?

Patron: Doğru ama bu sefer kepçeyi fazla daldırmışsın zeytinyağına. Başımıza iş açacaksın.

Ferit: Patron, bir gazetenin görevi sadece çıplak resim basmak, baldır-bacak yarışması yapmak değildir. Halkı uyarmak da lazım. Yediklerimize kimler hile karıştırıyor, kimler havadan para vuruyor bunları da sermek lazım.

Ardalan bilgisine bakıldığında bu söylem dönemin halkın hakkını savunan idealist gazeteci kimliğiyle tam olarak örtüşmektedir. Gazeteci Ferit, Zeytinyağı Kralı'na kafayı takmıştır, bu defa hedefinde Hulusi beyin kızı Alev vardır. Ferit Zeytinyağı Kralı'nın kızıyla uğraşmasının nedenini şöyle açıklamaktadır: "Haram paralar nerede, nasıl yeniyor görsün millet. Evli erkeklerle fingerdeşmek neymiş anlasın o küçük hanım". Bu söylem, gazetecilerin halkın çıkarlarını savunduğunu ortaya

koymaktadır. Fakat haber araştırılmadan yapılmıştır. Hulusi'nin kızı Alev ile dans ederken fotoğrafı çekilip haberi yapılan kişi teyzesinin oğludur. Bu durum gazeteye yüklü bir tazminat davası açılmasına yol açar. Gazetenin kapanmaması ve onlarca işçinin işsiz kalmaması için mahkemede haberin gerçek olduğunun kanıtlanması gerekmektedir. Gazeteci Ferit, düzmece bir nikahın ardından Hulusi Bey'in kızı Alev'i kendisine aşık edip nişan günü foto muhabiri arkadaşının fotoğraflarını çekmesini sağlayacak ve haberin gerçeği yansıttığına dair delilleri mahkemeye sunarak onlarca çalışanın işinden olmasına mani olacaktır. Filmin sonunda gazeteci Ferit, yaptığı için yanlış olduğunun farkına varır ve masum bir insanı lekelememek adına mahkemede her şeyi anlatır. Çünkü dönemin filmlerine damgasını vuran idealist gazeteci kimliği iyi bir amacı dahi olsa kimseyi haksız yere suçlu göstermemeli, her zaman doğrunun yanında olmalıdır. Filmin hakim söylemi (izleyiciye aktarılmak istenen düşünce) gazetecinin halkın çıkarlarını koruduğu ve gazetecilik ilkelerini gözettiği üzerine kurgulanmıştır. Ferit üzerinden kurgulanan söylemde ise gazetecilerin kendi menfaatlerine dokunsa da daima doğruyu ve halkın çıkarlarını önceliği vurgulanmıştır. Daha masum ve çıkarsız bir dönemi anlatan bu filmde, gazetecilerin halka doğruyu söylemekten başka bir yolu bulunmamakta, onlar da sürecin masumiyetine uyum sağlamakta zorlanmamaktadır.

Gazeteci

Bu dönemin medya temsili açısından bir diğer önemli filmi olan Yücel Uçanoğlu'nun yönetmenliğini yaptığı ve başrolünde Sevda Karaca'nın yer aldığı 1979 yapımı *Gazeteci* filminin merkezinde Zeynep Öncü karakteri yer almaktadır. Filmde Zeynep, bir kaçakçı örgütünün ve örgütün lideri olan Kadir İnanır'ın canlandırdığı kabadayı Kemal Şahin'in izini sürmektedir. Ardalan bilgisine bakıldığında 1980 askeri darbesine giden süreçte yolsuzluk ve kaçakçılık tartışmaları yaşanmaktadır ve bu durum filmde yer alan diyaloglara da yansımıştır. Dönemin idealist gazeteci kimliğini temsil eden Zeynep'e göre, "Adalet yardımcı olmak basının görevidir. Basın olarak kaçakçılara savaş açılmalıdır". Gazetede diğer muhabirler bu olayı takip etmeyi göze alamazken Zeynep, cesur kadın gazeteci karakteriyle bu işe gönüllü olur. Gazeteci Zeynep karakteri kimlik değiştirerek kabadayı Kemal Şahin'in güvenini kazanır ve paravan şirketin başında müdür olarak çalışmaya başlar. Gazetede gerçek adını kullanmayan Zeynep'in yazdıkları Kemal Şahin'i kızdırmıştır. Zeynep'in gazeteciliğe ve basın özgürlüğüne bakış açısı Kemal Şahin'le aralarında geçen bir konuşmadaki söylemlerinde ortaya çıkmaktadır: "Bu kadar kızmayın ona. Nihayet bir haberi değerlendirmiş, bu da bir gazetecinin mesleği gereğidir. Hem unutmayın ülkemizde basın özgürlüğü vardır. Basın özgürlüğü olmazsa demokrasi de olmaz. Kimsenin düşüncelerini baskı altında tutmaya hakkımız yoktur". "Ülkemizde basın özgürlüğü vardır" sözünün arkasında filmin yapıldığı yıllarda yürürlükte olan ve basına geniş özgürlükler tanıyan (Biol, 2013) 1961 Anayasası vardır.

Zeynep karakteri kabadayı Kemal ile arasında geçen bir başka diyalogda ise gazetecilikle ilgili basının gücünü vurgulayan bir tespit yapmaktadır: "Basının ilgisi, kişi ve olayların önemine göre değişir. Basın insanı kahraman da yapar, yerin dibine de geçirir". Zeynep'in yazı dizisi ona ödül de kazandırmıştır. Süreç içerisinde Kemal'e aşık olan Zeynep, kimliğini gizlemekten vazgeçer ve tüm riskleri göze alarak gazetede yazısını gerçek ismiyle yayınlamaya karar verir. Kemal durumu

öğrendiğinde Zeynep'in onu sevdiğine inanmaz ve aralarında filmin çekildiği dönemin gazeteciliğe bakış açısını yansıtan şu konuşma geçer:

Kemal: Sevseydin aleyhime yazmazdın.

Zeynep: Yazardım. Yazacağım da. Yaşadığım sürece mesleğimin gereğini yapıp gerçekleri yazacağım.

Görüldüğü üzere filmin hakim söylemi gazetecilerin toplumsal sorumluluğunu işaret etmekte ve kamu yararının önemini vurgulamaktadır. Bu filmde Zeynep karakteri üzerinden Türkiye Gazeteciler ve Hak Sorumluluk Bildirgesi'nde (1998) yer alan, "Gazeteci; halkın bilgi edinme hakkı uyarınca, haber alma, yorum yapma ve eleştirme özgürlüğünü kullanırken kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçekleri çarpıtmadan aktarmak zorundadır" ve "Gazeteci, bir bilginin, haberin yayını ya da yayınlanmaması karşılığı hiçbir maddi veya manevi menfaat sağlayamaz; çıkar çatışması yaratmaktan kaçınır. Gazeteci, konumu ne olursa olsun haber kaynağı olarak kişi ve kurumlarla iletişimini ve ilişkisini meslek ilkelerini gözeterek yürütür" ilkelerinin cisimleştiği, gazetecinin halkın yararına kendini feda edebilecek derece idealist bir şekilde temsil edildiği görülmektedir.

1980-2000 Dönemi Türk Sinemasında Gazeteci Temsili

Çalışmanın bu bölümünde dönemin gazeteci temsili için Atıf Yılmaz'ın yönetmenliğini yaptığı 1980 yapımı *Talihli Amele*, Şerif Gören'in yönetmenliğini yaptığı 1987 yapımı *On Kadın* ve Kaya Ererez'in yönettiği 1987 yapımı *Skandal* filmleri incelenmiştir.

Talihli Amele

1980'li yıllarla birlikte basının temel öncelikleri değişmiş, okurlara aydınlatılması gereken 'vatandaş' gözüyle değil, reklamverenlere pazarlanacak 'müşteri' gözüyle bakılmış ve gazeteciliğin tüm boyutları kâr-zarar mantığı üzerinden tasarlanmıştır. Bu dönemde medyanın kamusal sorumlulukları, medyanın sermayeye karşı olan sorumluluklarıyla sessizce yer değiştirmiştir (Topuz, 2003). *Talihli Amele* de bu yozlaşmayı anlatan bir film. Atıf Yılmaz'ın yönetmenliğini yaptığı 1980 yapımı filmde Hümeysra'nın oynadığı Jale karakteri tirajı düşmüş reklam alamayan bir gazetede muhabirdir. Filmde kurulan hakim söylem gazetenin patronların çıkarlarına yönelik bir silah olarak kullanıldığı yönündedir. Reklam alamayan gazetenin eline reklamcılar köşeye sıkıştırarak bir fırsat geçmiştir. İsmet Ay'ın canlandığı reklam şirketinin patronu Mösyö Alber, İlyas Salman'ın canlandığı inşaatta çalışan amele Mehmet Ali'yi kura ile lüks apartman dairesinin sahibi olmuş gibi göstererek gazetelerde bu tarz ilanlar yayınlamıştır. Olayı araştırmak için gönüllü olan gazeteci Jale, Mehmet Ali'nin sevmediğini söylediği gazete ilanlarının fotoğraflarını çeken adamlar için: "Onlar bizim de sevmediğimiz insanlar. Benim patronumun düşmanları. Seni kandırdılarsa, sana yalan söyledilerse biz bunu gazeteye yazmak istiyoruz" diyerek niyetini Mehmet Ali'ye açıklar ve ona aslında gazetelerde yazdığı gibi kat verilmediğini öğrenir. Gazeteci Jale ile Mehmet Ali arasında geçen diyalogda gazeteci, toplumda kandırılanların, hakkı yenenlerin yanında olan ve gerçekleri gazetesinde aktarmak isteyen bir karakter olarak temsil edilmiştir.

Gazeteci Jale, idealist bir karaktere sahiptir ve amacı Mehmet Ali'ye yardım etmektir, "Dile benden ne dilerse" diyen patronundan dileği habere devam etmektir. Ona göre büyük reklam şirketleri masum bir adamı kandırmakta ve üzerinden milyonlar kazanmaktadır. Jale bankanın ve reklam şirketinin neden kendisini kullandığını Mehmet Ali'ye şöyle açıklar: "Görünüşünden dolayı herhalde. İnsan gibi bakmıyorlar ki sana. Düşünür müsün, atan bir yüreğin var mı, umurlarında değil. Ama bu kez oyunlarını bozacağız. Göreceksin". Mehmet Ali'nin ailesinin İstanbul'a getirilmesinin masraflarını gazete ödeyecektir. Hatta amelenin dairesi gazetenin başlattığı kampanyayla döşetilecektir. Jale bunun nedenini Mehmet Ali'ye "Gülyüzün için değil, merak etme. Onlar bu işten daha fazla kar edecekler de onun için" diye açıklar. Bu söylemin altında kamusal yayıncılık anlayışını bir kenara bırakan dönemin gazetelerinin kar yönelimi yatmaktadır. Bu sayede gazete daha fazla satılacak ve farklı reklamverenlerden daha fazla reklam geliri elde edebilecektir.

Amele Mehmet Ali'nin durumu sadece banka ve reklam şirketinin sahibini değil, gazetenin patronu da dahil olmak üzere artık bütün patronları rahatsız etmeye başlamıştır. Netice itibarıyla Mehmet Ali gibi sırtında harç taşıyıp duvarını örecek her şeyini kendi yaparak üretenin ürettiğine sahip olması patronları rahatsız etmiştir ve Mehmet Ali'nin o daireden çıkarılmasına karar verilmiştir. Bu sırada reklam anlaşması karşılığında gazete Mehmet Ali'nin mağduriyetini dile getiren yayınına son vermiştir.

Patronunun itirazına rağmen olayın fotoğrafını çekmeye devam eden gazeteci Jale'ye gazete patronunun kurduğu bir başka cümle ise dönemin medyaya bakış açısını özetler niteliktedir: "Hiçbir gazetede yayınlatabazsın kızım anlayamadın mı hala babalı'nın raconunu?". Babalı'nın raconu olarak görülen şey aslında dönemin gazete patronlarının çıkarını temsil etmektedir. Bu duruma karşı sinirlenen idealist gazeteci Jale ise gazeteden istifa eder. Jale, olayı duyurmak için diğer gazeteleri dolaşır fakat hiçbir gazete çıkar ilişkileri gereği bu haberi kullanmaz. Dolayısıyla filmde kurulan söylemlerde idealist gazeteci karakterinin yanında dönemin medya patronlarının kendi çıkarlarını gözetken ve medya organlarını bu doğrultuda kullanan kişiler olarak temsil edildiği görülmektedir.

On Kadın

1980'li yıllarla birlikte basın kuruluşları artık yalnızca bir 'işletme' olarak kabul edilmiş ve tüm yönetsel tasarruflar kar-zarar mantığı üzerinden değerlendirilmeye başlanmıştır. Basın kuruluşuna kazanç sağlayacak politikalar, çoğu kez geleneksel gazetecilik ilkelerini esnetmek pahasına devreye sokulmuş ve gazetecilik kar-zarar ilişkisinin meslek ilkelerinin önüne geçtiği bir meslek haline gelmiştir. Reklam-haber dengesinde, reklamın etkinliği son derece artmış ve haber ile reklam arasındaki fark neredeyse ortadan kalkmıştır. 1980 sonrası medyadaki dönüşümün etkilerini gördüğümüz filmlerden biri Şerif Gören'in yönetmenliğini yaptığı 1987 yapımı *On Kadın*'dir. Filmde Türkan Şoray'ın canlandırdığı Füsün karakteri yolsuzlukları ortaya çıkarmaya çalışan bir muhabirdir. Ardalan bilgisine bakıldığında bu dönemde gazetelerin gazeteci ailelerin kontrolünden çıkıp gazeteci olmayan medya patronlarının sektörde ağırlık kazandığı görülmektedir. Dönemin filmlerinde yer alan hakim söylem gazete patronlarının kişisel çıkarları doğrultusunda hareket ettikleri, kâr-zarar denkleminin gazeteciliğin ilkelerini değiştirdiği üzerine kurulmuştur. Nitekim idealist gazeteci

Fusun'un hazırladığı haberler gazete patronunun çıkar ilişkileri olduğu kişilerle ilgilidir ve sonuç olarak gazete yöneticileri tarafından engellenir. Fusun'un yazdığı haber gazete müdürü Cavit'e göre "Başlarına iş açacaktır ve Fusun bunu anlamak istememektedir". Gazete müdürünün bu ifadesi gazetecilerin yaptıkları haberlerin kurumun çıkarlarına ters düşmemesi gerektiği anlamını içerisinde barındırmaktadır ve dolayısıyla gazete müdürü ekonomik çıkarlarını halkın çıkarlarının önünde gören bir kişi olarak temsil edilmiştir. Fusun'un haberinde yolsuzluk yaptığı iddia edilen şirketin müdürü, gazeteyi reklamları kesmekle tehdit etmiştir. 1980 sonrası gazetelerin reklama olan bağımlılığı ve ticari şirketlerle olan yakın ilişkileri Fusun'un haberini yayınlamasına engel olmaktadır.

Fusun'a göre "ortada koskoca bir yolsuzluk" vardır ve haber "müthiş gürlü kopardacaktır". Ayrıca "gazetecilik çekine çekine yapılacak bir iş değildir". Gazetenin müdürü Cavit çeşitli mazeretlerle yazısını geri çevirmektedir. Kendisinden yolsuzluk yaptığı iddia edilen şirketin genel müdürüyle değil patronuyla görüşmesini istemektedir. Fusun söz konusu şirketin sahibiyle görüşmeyi başarır fakat gazetenin Müdürü Cavit yine bir engel çıkarmış, söz verdiği halde görüşmeye foto muhabiri göndermemiştir. Fusun karakterinde gazeteci idealist bir kişiliğe sahiptir fakat gazetenin çıkar ilişkileri mesleğini yapmasına engel olmaktadır. Bu durum Fusun'un yaptığı röportajda şirketin patronunun "Sizin gazetenize bizim grubun yılda kaç milyonluk reklam verdiğini biliyor musunuz? Patronunuzla iyi arkadaş olduğumuzu?" sözleriyle ortaya konulmaktadır. Ardalan bilgisine bakıldığında bu söylem reklam sektörünün giderek haberlerin seçiminde ve yayımlanmasında etkili olduğu anlamını taşımaktadır. Filmin sonunda ise idealist gazeteci Fusun ne kadar haklı ve meslek ilkelerine bağlı bir karakter olarak temsil edilse de, haberi yayınlamayı başaramaz, izne ayrılarak sistem dışına itilir. Bu filmde sermayenin gazeteleri kuşatarak, sistemle zıtlaşmak yerine kişisel faydaya odaklanmanın pek çok basın çalışanı için bir kader olduğunun altı çizilmektedir. Reklamverenlerin basın üzerindeki etkisinin güçlü bir şekilde temsil edildiği bu film, idealist tavırların piyasa ilişkileri içinde karşılığının olmadığını da altını net bir şekilde çizmektedir.

Skandal

1980'li yılları temsilen seçilen *Skandal* politik bir perspektiften gazeteciliği ele almakta ve kamuyu aydınlatmayı ve egemen çevreleri denetlemeyi önceleyen idealist bakışın çaresizliğini ortaya koymaktadır. Bu dönemde siyasi baskılar, sansür ve otosansür yüzünden Türk basını hızla siyaset dışı alanlara yönelmiş, spor, magazin, sağlık gibi iktidarı ürkütmeyen alanlar gazete patronları tarafından teşvik edilmiştir. Kaya Ererez'in yönettiği 1987 yapımı filmde de yaptığı bir haber yüzünden verilen hapis cezasını tamamlayan gazeteci Çetin'in müdürü kendisinden artık magazin ya da spor haberleri yapmasını istemektedir. Çünkü Tarık Akan'ın canlandığı Çetin'in yaptığı haberler birilerini rahatsız etmekte, gazete üzerinde baskı oluşturmaktadır. Ardalan bilgisine bakıldığında bu dönemde gerçek gazeteciliğin karşı karşıya kaldığı baskı ve tehdit gibi riskler ortaya serilmektedir. Gazete müdürü Fikret ile Çetin arasında geçen şu diyalog, o dönemki basının egemen yönelimini ortaya koymaktadır:

Fikret: Sen magazin, spor, röportaj falan. Daha iyi. Hem senin başın derde girmez hem de bizim. Kaç kez toplatıldık biliyorsun.

Çetin: Ne yani, gerçekleri yazmayalım mı?

Fikret: Sen ölçüyü kaçıyorsun. İki arada bir derede biz kalıyoruz.

Diyalogdan da anlaşılacağı üzere filmde yer alan söylemler idealist gazeteci ile gazete müdürünün söylemlerinin çeliştiği yönünde kurulmuştur. Gazete müdürüne göre “ölçü” kaçırılmamalıdır ve “birileri” çok fazla rahatsız edilmemelidir. Bu söylemin oluşturulmasında bu dönemde medyaya yönelik baskı ve tehditlerin etkili olduğu söylenebilir.

Başrole oturtulan idealist gazeteci Çetin karakteri “İskenderun Olayı” diye tabir edilen hayali ihracat konusunu haberleştirmek istemektedir. Erol Özkök’ün canlandırdığı Arap lakaplı gazeteci arkadaşıyla aralarında geçen diyalog 1980 sonrası artan medyadaki baskı ortamını sergilemesi bakımından önemlidir:

Çetin: Şu İskenderun bombasını duydum.

Arap: Şans denk geldi. Resimledim, verdim, yürüdüm biraz. Sonra...

Çetin: Eee, sonrası ne?

Arap: Bak iş büyüdü.

Çetin: Nasıl?

Arap: Çok yukarılara dayandı. Meclis’ten birine kadar. Bizimkiler kesti yayını. Ben de vazgeçtim.

Çetin: Vazgeçmedin, vazgeçirdiler.

Görüldüğü üzere filmde yer alan Çetin karakteri idealist bir gazeteci temsiline sahiptir. Gazeteci Çetin, milletin sırtına binen suçluların ve onlara destek olan siyasilerin peşinde koşmaktadır, her zaman halkın ve haklının yanındadır, çünkü namuslu gazetecilik bunu gerektirir. Fakat müdürü ise gördüğü baskılardan dolayı “sen adam olmazsın” diyerek onu bu işlerden uzak tutmaya çalışmaktadır. Filmde gazeteci Çetin doğruluk adına kendisini tehlikeye atmaya hazır olarak temsil edilmiştir. Nitekim peşine düştüğü haber pek çok belayı da beraberinde getirecektir. Filmin sonunda Çetin, hayali ihracatın yapılacağı yere gidip kolilerde tekstil ürünü yerine paçavraların olduğunu görür ve fotoğraflarını çeker. Çetin’in çabalarını gören gazetenin Genel Yayın Müdürü haber toplantısında tüm riskleri alarak haberin basılmasına karar verir. Filme konu olan “Skandal” başlıklı haber gazetenin manşetinde yer alır ve bu haber Çetin’e yılın gazetecilik ödülünü kazandırmıştır. Filmin çekildiği dönemde gazetecileri hedef alan suikastlerin senaryonun yazımında etkili olduğu görülmektedir. Ödülü aldıktan sonra arabasına binen Çetin kontağı çevirir ve bomba patlar. Çetin, basın ahlakının bedelini, kamu yararını önceleyen ve haksızlıkların karşısında dimdik duran pek çok idealist gazeteci gibi canıyla ödemiştir.

2000’li Yıllarda Türk Sinemasında Gazeteci Temsili

2000’li yıllardan günümüze kadar gelen süreci ele alan bu dönemde dönemin gazeteci temsili yansıttığı düşünülerek Levent Kırca’nın yönettiği 2002 yapımı *Şeytan Bunun Neresinde?*, Zeki

Ökten'in yönettiği 2006 yapımı *Çinliler Geliyor* ve Alper Mestçi'nin yönettiği 2009 yapımı *Kanal-i-zasyon* filmleri araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Şeytan Bunun Neresinde?

2000'li yıllarla birlikte 1980'li yıllarda tohumları atılan medya düzeni evrimini tamamlamış ve kendi gerçekliğini tüm basın çalışanlarına dayatmıştır. Bu dönemde gazetecilik, gazetecilik için yapılmaz hale gelmiş ve sermayenin basın üzerindeki egemenliği pekişmiştir. 1980'li yıllardan itibaren gazeteler birer işletme olarak değerlendirilmiş, kâr getirecek alanlarda ciddi bir yoğunlaşma ve genişleme yaşanırken, basın meslek ilkeleri ve geleneksel değerler ekonomik parametreler doğrultusunda tanımlanır olmuştur. Bu bağlamda magazin haberleri, gazeteler tarafından işlevsel bir araç olarak dolaşıma sokulmuş ve bu süreç ciddi oranda başarıya ulaşmıştır. Levent Kırca'nın yönettiği 2002 yapımı film, bu bağlamda medyaya yönelik ağır eleştiriler içermektedir. Filmde medya patronu, genel yayın yönetmeni ve çevresinin çıkar ilişkileri ağır bir dille eleştirilmektedir. Film medyayı çıkarları uğruna ahlaksız, asılsız haberler yapan, elinde bulundurduğu gücü şantaj için kullanabilen bir konumda temsil etmektedir. Levent Kırca'nın oynadığı genel yayın yönetmeni Yusuf karakteri mafya ile işbirliği yapabilen biri olarak temsil edilir. Bu durum Yusuf'un gazetede yaptığı haber toplantısında şöyle yansıtılmaktadır:

Yusuf: Sürmanşet için teklifleri alayım.

Osman: Nadide Sultan sahnede yüzüstü düşünce sanat hayatı bitmiş.

Yusuf: Ne olmuş memeleri mi patlamış?

Osman: Mikrofon boğazına kaçmış, ses telleri zedelenmiş.

Yusuf: Peki. Mikrofon kaç santimmiş öğrenin. Bir de haberin kaynağını araştırın.

Kamil: Haberin kaynağı arkadaşın kıcı.

Osman: Sayın müdürüm manşet dedi. Gerçek olması gerekmiyor ki. Ne güzel yazmışız. Gerçek değil diye şimdi güzelim haberi çöpe mi atalım?

Yusuf: Bu arka sayfanın manşeti olsun. Sürmanşet için sen ne diyorsun Ayтуğ?

Ayтуğ: Dünkü sürmanşet güzeldi. Tekrar atalım. Kaçırınlar için son fırsat: Morkolog seramik takımı sadece 25 sertifikaya.

Yusuf: Bana hükümeti destekleyen bir şey bulun. Kapmak istediğimiz bir devlet ihalesi var. Hükümetle iyi geçinmek lazım.

Diyalogda da görüleceği üzere filmde hakim söylem basın ve medya çalışanlarına yönelik ağır eleştiriler üzerine kurulmuştur. Gazeteci Yusuf karakteri, bakanlarla ihale pazarlığı yapmakta, patronunun arkasından iş çevirmekte, gazetecilik etik ve meslek ilkelerine karşı bir iş pratiğini ortaya koymaktadır. Filmin ortaya çıktığı dönemin ardalan bilgisine bakıldığında bu temsilde 2000'li yıllarda artık dönüşümünü tamamlayan ticari medyanın ortaya çıkardığı olumsuzlukların etkili olduğu söylenebilir.

Çinliler Geliyor

Zeki Ökten yönetmenliğinde 2006'da vizyona giren filmde yer alan diyaloglarda ve medya sahiplerinin tutumlarında medyaya yönelik ağır eleştiriler yer almaktadır. Filmde yer alan hakim söylem medyaya yönelik eleştiri üzerine kuruludur. Gürgen Öz'ün oynadığı Ahmet karakteri 2000'li yılların gazeteci temsili ve yeni medya düzeni açısından önemli bir örnektir. Ahmet, yerel bir televizyonun hem sahibi, hem programcısı hem de muhabiridir. Kasabaya yatırım için Çinliler gelmiştir. Kasabanın ileri gelenleri arsaları ucuza kapatmanın peşine düşerken bölgede arsası bulunan Ahmet'in de bundan böyle sırtı yere gelmeyecektir. Ahmet bu durumda medyayı çıkarları için bir araç olarak kullanacaktır.

Kendisi için "halkın gerçeklerinin yılmaz savunucusu" diyen Ahmet, Belediye Başkanı'nı tekrar yayına alacak ve kasabanın ters tarafa büyüyeceğini söyleyerek kasaba halkının "işe uyanmasını" engelleyecektir. Filmde Ahmet'in kendini "halkın gerçeklerinin yılmaz savunucusu" olarak tanımlaması bunu sıkça dile getiren medyanın aslında hiç de öyle olmadığına yönelik göndermede bulunmaktadır. Ayrıca Ahmet kasaba halkıyla Çinliler yararına röportajlar yapacaktır. Hatta bu maksatla haber dekorunda Atatürk portresinin yanına Mao'nun portresini asmaya kadar işi ilerletmiştir.

Ahmet karakterinde medya kişisel çıkarlar uğruna kullanılan bir araç olarak temsil edilmektedir. Filmin bir sahnesinde Ahmet hoşlandığı bir kadına hava durumu sundurarak onu etkilemeye çalışır. Ayrıca yerel bir televizyonun da reklam gelirlerine ihtiyacı vardır. Filmde bir kasabalıdan umduğunu bulamayan Ahmet şöyle cevap verecektir: "Siz daha uyuyun. Hey gidi hey. Uyanınca geleceksiniz kapıma organik çorba reklamı yapalım diye, ama o zaman da ben düşüneneğim". Bu söylem dönemin gazeteci, haber ve reklam algısı ile birlikte haberci ve reklamcıya yaklaşımı da yansıttığı söylenebilir. Nitekim medya patronu ve yöneticisi olan Ahmet, filmde siyasilerden haber alma karşılığında haber bültenine çıkmayı rüşvet olarak da verebilmektedir.

Ökten'in bu filmde gazeteci geçmişte çoğu filmde olduğunun aksine, çıkarıcı ve menfaatçi olarak tanımlanmakta ve kamusal sorumluluğunu göz ardı etmektedir. Medyanın hızla itibarını yitirdiği 2000'li yılları anlatan bu film, bir mesleğin nasıl ideallerinden uzaklaştığının somut bir temsili olarak gösterilebilir.

Kanal-i-zasyon

Alper Mestçi'nin yönetmenliğini yaptığı 2009 yapımı *Kanal-i-zasyon*, *reality show*lar üzerinden medya ortamındaki ticarileşmeyi ve yozlaşmayı temsil etmekte ve karakterler üzerinden keskin bir popüler kültür eleştirisi yapmaktadır. Film medya profesyonellerinin çıkarları uğruna yapabileceklerini eleştirirken aynı zamanda reyting üzerine kurulu yeni medya düzeninin ihtiyaçlarına eğitimsiz bir kimsenin de karşılık verebileceği mesajını vermektedir. Okan Bayülgen'in canlandırdığı cam silicisi İmdat karakterinin en büyük zevki televizyon izlemektir. Bir televizyon kanalının camlarını silerken Amerika'da medya üzerine eğitim almış kanalın patronu Berk, İmdat'ın reyting sezgisini fark etmiştir. Berke göre: "Temizlik işçisi velinimetidir. Adamın izlediği her program reytingde ilk 10'a girmektedir. Altın yumurtlayan tavuktur". Ya da başka bir deyişle "Reyting maymunu bulunmuştur". "Reyting

maymunu” söylemi medya profesyoneli tarafından izlerkitlenin aşağılandığını göstermektedir. Kısa zamanda İmdat’ın seçtiği programlar sayesinde reytingler yükselmiştir. Kanalın sahibi Servet bey, Berk’in İmdat’ı kullandığını fark eder ve İmdat’ı Berk’in yerine kanalın başına getirir.

Yaptığı garip programlarla İmdat kısa zamanda Türkiye’nin gündemine oturacaktır. “Tuvaletteyiz”, “Uzun Eşşek”, “Hayvanım Olur musun”, “Medyum Memiş ile Hava Durumu”, “Tele Mahalle”, “Asabiyet Meydanı”, “Sarı Bıyık ile Haber”, “Boş musun Dolu musun”, “Yüzüne Tükürülecek Adam” ve “Kim 500 Tokat İster” cam silicisi İmdat’ın reyting rekorları kıran programlarından bazılarıdır. Bu programlardan hareketle filmde günümüz televizyon programları ve kitle kültürü eleştirisi yapılmaktadır. Medya profesyoneli temsil eden Berk ise reyting cihazı bulunanların listesini elde eder ve evlerine gittiği seyircilere para ödeyerek “İmdat’tan rüşvet aldıklarını” söyler. Çünkü medya profesyonelleri için reyting etik ve meslek ilkelerinden önce gelmektedir. Filmin sonunda arkadaşları gerçeklerin ortaya çıkmasını sağlar ve İmdat hapisten kurtarılır. Tekrar kanalın başına geçmesi istenilen İmdat’ın söyledikleri filmde yapılan medya eleştirisi bakımından önemlidir:

Ben yapamayacağım... Ben mapusta gördüm ki, bir tane televizyon var orada. 50 kişi o televizyona bakıyor. Hayal kuruyor. Ona bakarken içeride olduğunu unutuyor. O dakika düşündüm. Dedim, dışarıdaki adam televizyona bakınca ne oluyor? O da dışarıda olduğunu mu unutuyor? Dedim bu kötü bir şey. Olmaz. Ben yapamam.

Görüldüğü üzere bu filmde, medyanın kamusal meseleler hakkında toplumu bilgilendirmek ve kaliteli içerikler sunmak yerine bayağı, *reality show* programlarını tercih ederek insanları sanal bir dünyaya hapsettiği mesajı verilmektedir. Bu filmde gazeteciler, adeta medya profesyonellerine dönüşmüş ve reyting uğruna her şeyi mübah gören aktörler haline gelmişlerdir.

Sonuç

Türkiye’de yaşanan toplumsal değişim gazetecilik pratiklerini ve gazeteci kimliğini doğrudan etkilemiştir. 1980’li yıllara kadar sosyal sorumluluk ekseninde yapılan gazetecilik, özellikle 1980’li yıllardan itibaren, ülkede esen neoliberal politikaların etkisinde ciddi bir değişim yaşamıştır. Yaşanan toplumsal değişim gazetecilerin görece zenginleşmelerine neden olurken, toplumsal itibar ve kamusal misyonlarını önemli oranda azaltmıştır. Toplumsal yapıda meydana gelen bu değişimin Türk sinemasına nasıl yansıtıldığını araştıran bu makale, dönemsel farklılıkların gazeteci temsillerine doğrudan yansıtıldığını ortaya koymuştur. 1980’li yıllara kadar toplum nezdinde daha saygın bir konumda yer alan bir fikir adamı ve entelektüel olarak görülen gazeteciler, 1980’li yıllardan itibaren toplumdaki bu konumunu yitirmiştir. 1980’li yıllarla birlikte hızlanan gazeteciye yönelik bu güven ve prestij kaybı Türk sinemasında gazeteci temsillerine benzer şekilde yansımıştır. Çalışma, toplumsal bir anlam üretim aracı olarak sinemanın, toplumsal bir niteliğe sahip gazeteci kimliğini temsil biçimi bakımından önem taşımaktadır.

Bu makalede öncelikle medya metinlerinde temsil ve ideoloji konusuna değinilmiş, toplumsal bağlamın söylemi nasıl biçimlendirdiği üzerinde durulmuştur. İdeoloji söylemi belirlemede, söylem de temsili biçimlendirmektedir. Bu kuramsal tartışmanın ardından gazetecinin tanımı ve sorumlulukları ele alınmış, özellikle 2005 yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından yayınlanan

Türkiye Gazeteciler Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ndeki sorumluluklar işaret edilmiştir. Türkiye'de basının gelişimi ve gazeteci kimliğinin dönüşümünün tartışıldığı üçüncü bölümde, tarihsel gelişmeler ışığında gazeteci kimliklerinde yaşanan değişim ve dönüşüm kapsamlı bir şekilde analiz edilmiştir. Çalışmanın araştırma kısmında ise 1960'tan günümüze başrollerinde gazeteci karakterlerin yer aldığı ya da konusu medya üzerine olan ve bu bağlamda öne çıkan yapıtlar arasından seçilen filmler söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

1960-1980 döneminde yayımlanan filmler incelendiğinde, gazeteciler başta belirtilen meslek ilkelerine sıkı sıkıya bağlı idealist bir kimlikte temsil edilmektedir. Bu dönemde gazeteciler mesleği uğruna her şeyi göze alan, daima haklının yanında olan, halka karşı suç işleyenlerin ipliğini pazara çıkararak, kamusal bir sorumluluğa sahip kişiler olarak ön plana çıkmaktadır. Gazete patronlarının gazeteci aileler ya da gazetecilik mesleğinin kamusal sorumluluğunun bilincinde olan kişiler olduğu bu dönemde basında ve toplumda yaşanan gelişmelere paralel olarak sıkça basının kamusal sorumluluğu vurgusu yapılmaktadır.

1980-2000 döneminde yayınlanan filmler incelendiğinde, 1980 sonrası basında yaşanan büyük dönüşüm kendisini hissettirmektedir. Yeni medya patronları gazeteyi kamusal sorumluluğa sahip bir mecra olarak görmek yerine kar amacı gütmekte ve medyayı çıkarları için kullanabileceği bir silah olarak görmektedir. Ele alınan filmler incelendiğinde bu döneme idealist gazeteci ve kar amacı güden medya patronunun çatışmaları damgasını vurmaktadır. Dönemin filmlerinde her ne kadar gazeteciler haksızlığa karşı çıkan idealist bir kimlikte temsil edilse de gazetecilik mesleğinin bedelini ya işinden olarak ya da canıyla ödemektedir.

2000'li yıllara gelindiğinde ise, artık medyada yaşanan dönüşüm tamamlanmış ve mesleği uğruna hayatını kaybeden gazetecilerin yerini reyting ve tiraj peşinde koşan gazeteci ve gözünü para kazanma hırsı bürümüş medya patronları almıştır. Bu nedenle dönemin filmlerinde ağır bir medya eleştirisi yapılmakta ve gazeteciler çıkarları uğruna başkalarının hayatını karartan, yalan haber yapabilen, siyasilerle ihale pazarlığına girişen kimseler olarak temsil edilmektedir. Ele alınan filmlerde medya şirketleri kamusal sorumluluğunu yitirmiş, yalnızca ticari kaygı güden işletmeler olarak konumlandırılmıştır.

Sonuç olarak, ele alınan filmler incelendiğinde 1980'li yıllara kadar sinema filmlerinde daha saygın bir konumda yer alan, entelektüel ve idealist fikir adamı olarak görülen gazeteci kimliğinin, 1980'li yıllardan itibaren sinema filmlerindeki bu konumunu yitirmeye başladığı ortaya çıkmıştır. Sinema filmlerinin mesleklerin temsili ve filmin çekildiği dönemde o mesleğe olan toplumsal yaklaşımı gösterdiği dikkate alındığında kamusal bir sorumluluğa sahip gazetecilik mesleğine yönelik yaklaşımın giderek bozulduğu ve prestij kaybının yaşandığı çalışma kapsamında ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular, çalışma öncesindeki "değişen toplumsal koşulların, gazetecilerin kimliklerinde bir takım değişimlere neden olduğu ve bu değişimin de sinema filmlerindeki gazeteci temsilleri farklılaştırdığı" varsayımımızı haklılaştırmıştır.

Kaynakça

- Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de medya endüstrisi neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Alemdar, K. (1986). *İstanbul: Türkiye'de yayımlanan Fransızca bir gazetenin tarihi*. Ankara: Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu Yayınları.
- Alemdar, K. (2000). *Osmanlı basımına genel bakış*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Alemdar, K. (2001). *İletişim ve tarih*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun kuralı: Basında özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Belsey, A. ve R. Chadwick. (1998). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar*. N. Türkoğlu (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Berger, A. A. (1993). *Kitle iletişiminde çözümleme yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniv. Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları.
- Biröl, S. (2013). 1961 Anayasasında ifade özgürlüğü. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (43), 39-54.
- Bohere, G. (1986). *Gazetecilik Mesleği*, R. Işık (Çev.). Ankara: Uluslararası Çalışma Örgütü Yayınları (orijinal baskı tarihi 1984).
- Burton, G. (1997). *More than meets eye*. London: Arnold.
- Eagleton, T. (2000). *İdeoloji*. M. Özcan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gevgilili, A. (1983). Türkiye basını. M. Belge, B. Özüakın (Haz.), *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi Cilt 1* içinde (s. 210-227). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilik etiği*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Hohenberg, J. (1963). *Gazetecilik mesleği*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- İrvan, S. (2000). Metin çözümlemelerinde yöntem sorunu. *Medya ve Kültür*, (1), 73-86.
- Kabacı, A. (1994). *Türk basınında demokrasi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Milli Kütüphane Basımevi.
- Kılıçatan, E. P. (2010). *Türk medyasında dönüşüm ve değişen sahiplik yapısı: Sabah grubu örneğinde tarihsel bir inceleme* (Yayımlanmamış doktora tezi). Konya: Konya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koloğlu, O. (1992). *Osmanlı'dan günümüze Türkiye'de basın*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- KONDA ve İstanbul Kültür Üniversitesi. (2011). *Türkiye gençliği araştırması 2011*. İstanbul.
- Maigret, E. (2012). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mumcu, U. (1992). *Gazeteci kimdir*. Milliyet, 3 Mayıs 1992.
- Özgen, M. (2006). *Gazetecinin etik kimliği*. İstanbul: Set-systems Tercümanlık Reklamcılık Yayıncılık Ltd.
- Reuters Institute. (2018). Digital news report 2018. 17.09.2019 tarihinde <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> adresinden edinilmiştir.
- Sönmez, M. (1996). Türk medya sektöründe yoğunlaşma ve sonuçları. *Birikim*, (92), 77.
- Sönmez, M. (2003). *Filler ve çimenler: Medya ve finans sektöründe Doğan/anti-Doğan savaşı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sözen, E. (1999). *Söylem*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Toktaş, S. (2014). 1980 sonrası değişen medya ortamında gazeteci: zanaatkar mı, profesyonel mi? *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 147-170.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan holdinglere Türk basın tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Türkiye Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. (1998). *Türkiye Gazeteciler Cemiyeti*. 15.05.2019 tarihinde <http://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> adresinden edinilmiştir.

- Türkiye sosyal-siyasal eğilimler araştırması sonuçları. (2018). Kadir Has Üniversitesi Türkiye Çalışmaları Merkezi. 17.09.2019 tarihinde <http://ctr.s.khas.edu.tr/post/34/turkiye-sosyal-siyasal-egilimler-arastirmasi-2018-sonuclari> adresinden edinilmiştir.
- van Dijk, T. A. (2003). Söylem ve ideoloji: Çokanlamlı bir yaklaşım. B. Çoban, Z. Özarslan (Ed.). *Söylem ve ideoloji* içinde (s. 15-33). İstanbul: Su Yayınları.
- van Dijk, T. A. (1999). Söylemin yapıları ve iktidarın yapıları. M. Küçük (Haz.). *Medya, iktidar, ideoloji* içinde (s. 331-395). Ankara: Ark Yayınları.
- Voloshinov, V. N. (2000). Multiaccentuality and sign (1929). L. Burke, T. Crowley ve A. Girvin (Haz.). *The Routledge language and cultural theory reader* içinde (s. 63-91). London ve New York: Routledge.

Representation of the Journalist Identity in Turkish Cinema

Emel ARIK*
Hakkı AKGÜN**

The social context, in which films are produced and consumed, is important in terms of giving the meaning of the film. In this study, initially, the subject of representation and ideology in media texts were discussed, subsequently, the definition and responsibilities of the journalist were handled, and finally, the development of the press and the evolution of journalist identity in Turkey were examined in the historical process. In the research section of the study, films produced since the early 1960s, in which the journalistic characters are in the starring roles or whose subjects are related to media and which, in this context, are selected from the prominent works, have been examined periodically by discourse analysis.

Discussing the language in cultural and social terms is the discourse of the text. "Discourse is a practice of language; related to the linguistic practices, it is the process that is realized through ideologies, information, dialogue, expression, declaration style, negotiation, power and exchange of power" (Sözen, 1999, p. 20). "The most important difference of discourse analysis from the qualitative content analysis is that it discusses the text as a whole without breaking it into pieces and it reveals how the dominant discourse in the text is constructed (İrvan, 2000, p. 81)." In line with this point of view, the discourse analysis of the texts will be discussed mainly in accordance with sociological analysis method. According to Arthur Asa Berger, sociological analysis method discusses the text in the light of some sociological concepts and examines how these concepts are structured in the text (1993, p. 49). According to Teun Van Dijk (1999), the framework that constitutes the core values associated with the interests of a society in general, the members of a group or the holders of power is mainly achieved through communication and discourse. The films to be analyzed were determined through random sampling method in line with the objective of the study. Our main assumption before the study is that changing social conditions caused some changes in the identity of journalists, and this change differentiated the journalists' representations in the films.

* Assoc. Prof., Akdeniz University, Department of Journalism, Antalya, Turkey, E-Mail: emelarik@akdeniz.edu.tr

** Res. Assist., Akdeniz University, Department of Journalism, Antalya, Turkey, E-Mail: hakkiakgun1@gmail.com

According to Greame Burton, media social groups are responsible for the representation of their behaviors and personalities by repeating over and over again through various typages (Burton, 1997, p. 137). The meaning is created through characters, and their dialogues with each other comprise their values and discourses. According to Voloshinov, “Without the indicator (the sign), ideology cannot exist (Voloshinov, 2000, p. 78).”

According to Terry Eagleton, who defines ideology as the legitimate elements of prevailing social group or class power, “ideology is a function of the relationship between a word and the social context in which it is used (2000, p. 28)”. Teun Van Dijk described the ideology as: “Ideologies are the socially shared beliefs which are relevant to characteristic features such as the identity of a group, its place in the society, its interests and objectives, its relationships with other groups, its reproductions, and its natural habitats” (Dijk, 2003, p. 21).

The common point of the definition of journalists in various sources (Hohenberg, 1963; Alemdar, 1990; Mumcu, 1992; Bohere, 1986; Belsey and Chadwick, 1998; Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 1998; Alemdar, 2000; Girgin, 2000; Özgen, 2006; Maigret, 2012) is that the journalist is a person who sets out to provide information to the public, is based on the principle of providing unbiased information and is equipped with the necessary technical and professional skills related to the profession. In the early years of the republic, when newspapers were owned by journalist families, columnists were in a relatively respectable position in the society (Alemdar, 1986). During this period, newspaper owners were usually wealthy, with strong intellectual sides (Alemdar, 2001; Kilicatan, 2010). The 1970s emerged as the years in which freedoms (Biol, 2013; Kabacalı, 1994, Gevgilili, 1983) given to the press in the 1960s were attempted to be taken back. This period was marked by journalists who were attacked and killed due to their professions (Topuz, 2003, p. 248-253).

Since the 1970s, the transition of all newspapers to the offset printing system and the establishment of printing houses in certain centers in Turkey and abroad created a great cost in the press (Koloğlu, 1992, p. 78-79), enabling this structural change.

The most important motivation for non-media capital to enter the sector is to get a share of the cake of the fourth power, to be respected in the political circles, to use the media as a weapon to increase the effectiveness of investments in other sectors, to be prioritized in the government incentives and rents, and to promote other banks and companies by using the media (Sönmez, 2003; Sönmez, 1996; Adaklı, 2006).

In the “new architecture”, to which the media moved, the news was left aside, while the columns came to the fore. The main reason for this is the creation of the ideological mortar required by the system, where the group interests were important, was mostly produced by the columnists (Toktaş, 2010, p. 164-172). As a result of all these developments, the journalist figure, as of the 2000s, had completely lost its identity before the 1980s as an “intellectual” with public responsibility and was replaced by a figure, who was seeking ratings and circulation in line with the interests of the bosses, leaving itself to a new unreliable identity (KONDA and İstanbul Kültür University, 2011; Kadir Has University, 2018; Reuters Institute, 2018).

The discourse analysis of the films, which were periodically investigated, revealed the following conclusions: Examining the films released between 1960 and 1980, it is observed that the journalists are represented in an idealistic identity that is firmly committed to the predetermined professional principles. The films released between 1980 and 2000 reflected the great transformation in the press after 1980. Examining the selected films of these two decades, it is determined that this period is marked by clashes between idealistic journalists and profit-oriented media bosses. By the 2000s, the transformation in the media was now completed and journalists and media bosses seeking ratings and circulation were replaced by journalists and media bosses who lost their lives for the sake of their profession. Consequently, when the selected films are examined, it is seen that the developments in the press and society are directly reflected in the representations of journalists and media professionals on the silver screen.

Keywords: Cinema, Discourse, Ideology, Journalist Identity, Representation.