

Kitap Tanıtımı

Tezcan Durna

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları Profesyonellik, Piyasa ve Sorumluluk

Oğuzhan Taş

İstanbul: İletişim Yayınları, 2012, 328 sayfa.

Yirmi yılı aşkın bir zamandır, etik tartışmalarında ciddi bir patlama yaşıyoruz. Tıp etiği, çevre etiği, biyomedikal etik, siyaset ve etik, hukuk ve etik... Bütün mesleklerin, eylemlerin ya da kavramların yanına mutlaka etik kavramını getirmeden konuşamaz hale geldik. Etik üzerine tartışmaların yoğunlaştığı bu son zamanlarda, Oğuzhan Taş'ın *Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları, Profesyonellik, Piyasa ve Sorumluluk* başlıklı kitabı dikkat çekici bir çalışma olarak 2012 yılı içinde İletişim Yayınları tarafından basıldı.

Kitabın amacı, üçüncü bölümün ilk paragrafında yazarın sorduğu şu sorularla belirginleşiyor: "*Gazeteciler hakikati arayan profesyoneller mi, piyasanın hizmetkârları mı, fikir emekçileri mi, yoksa sıradan yurttaşlar mı?*" (111) Yazar, bu soruların gazetecilik mesleğinin toplumsal statüsü açısından farklı sonuçlar doğurduğunun altını çizerek, mesleğin hangi koşullarda ortaya çıktığının ve ilkelerinin nasıl olgunlaştığının izlerini

sürüyor. Yazara göre, çalışmanın kuramsal yönelimini, ana akım tarih yazımlarının, gazetecilik ilkelerinin ortaya çıkışını ve basının demokratikleşme sürecinde bir olgunlaşma aşamasına tekabül ettiği iddiasını destekleyen şu üç varsayımın sorgulanması belirlemiştir: basının gelişiminin kesintisiz bir özgürleşme dinamiği taşıdığı, piyasanın demokratikleştirici bir güç taşıdığı ve basının ideal durumda dördüncü güç işlevini üstleneceği (285-286).

Çalışma esas itibariyle gazetecilik etiğinin Türkiye’de nasıl bir tarihsel ve ideolojik çerçevede şekillendiği üzerinde durmayı hedeflemektedir. Yazar bu çerçeve içinde Türkiye’deki basın tahayyülündeki devamlılıklar ya da değişimlerin nasıl anlamlandırıldığını araştırmaya öncelik vermektedir. Kitap iki kısımdan oluşmaktadır; ilk kısımda gazetecilik etiğinin tarihsel ve ideolojik kaynakları, İngiltere ve Amerika’daki gazetecilik uygulamaları bağlamında ele alınmaktadır. Bu bölümde yazar özellikle, gazeteciliğin ilke ihtiyacının çıkış noktasının gazetenin ve haberin ticari bir meta olarak yaygınlaşması olduğuna yaptığı vurgu önemli görünmektedir. Bu vurgu, özellikle 1980’lerden itibaren yaygınlık kazanan etik tartışmaları ile neo-liberalizm arasındaki bağlantının tarihsel kökenlerinin de daha açık hale gelmesini sağlıyor.

Gazetecilik mesleğinin ortaya çıkışı ile basının piyasalaşması arasındaki ilişkinin hangi düzenlemelerle gerçekleştiğini ayrıntılarıyla inceleyen yazar, ticarileşme öncesinde basın özgürlüğünün devlet otoritesine karşı verilen mücadeleyle tanımlanmasının ne kadar kör bir çıkış noktası olduğuna dikkat çekmektedir. Bu süreçte değişik düzenleme yöntemleri, teşvikler ve resmi ilanlarla hükümetlerin doğrudan değilse bile dolaylı yollarla “bağımsız” ama ticari basına nasıl boyun eğdirdiğinin altı çizilmekte; bu süreçten, bu kayırmalar nedeniyle İngiltere’deki işçi basınının da güç kaybederek çıktığı hatırlatılmaktadır. Gazetecilik mesleği bu süreçte, meşruiyet zeminini ciddi bir biçimde kaybetmiş görünmektedir. Daha önceleri devlet sansürüne karşı verilen mücadeleyle tanımlanan, halkın bilgilene hakkı, her türlü düşüncenin kendine ifade olanağı bulabilmesi gibi gerekçelerle bir kutsallık halesiyle savunulmaktayken, ticarileşmeyle birlikte bu

kutsallık halesi nispeten ortadan kaybolmuştur. Bunun yerine 19. yüzyılda ticari popüler gazetecilik kendisini dördüncü güç ilan etme yoluna gitmiş ve bu sav, gazetecilik etiğinin ideolojik zeminini hazırlayan en güçlü söylemsel iddia olarak karşımıza çıkmıştır. Yazar takip eden bölümde ticarileşen ve liberal ekonomik sürecin bir parçası haline gelen gazeteciliğin etik normları ile liberal ekonominin ideolojisi arasındaki ilişkinin izlerini sürmektedir.

Kitap, gazetecilik etiği ve toplumsal sorumluluk kavramlarının tartışıldığı ikinci bölüm ve gazetecilik etiği ile profesyonelleşme kavramlarının incelendiği üçüncü bölümle tamamlanmaktadır. Yazarın son bölümde özellikle etik tartışmaları ile profesyonelleşme arasında kurduğu ilinti dikkat çekicidir. Zira yazarın beslendiği eleştirel kurama göre, uzmanlık ve profesyonellik anlayışı, toplumu etkin yurttaşlar olarak değil, edilgen tüketiciler olarak görür. Buna göre, *“mesleklerin ahlaki temeli diğerkâmlıktan ziyade iktidar kaynaklarının yeniden üretimine hizmet eden bir özçikara dayalıdır”* (115). Bu tespit, neo-liberal piyasa mantığının neden “etik” tartışmalarına ihtiyaç duyduğunu bir kez daha açık hale getirmekte ve gazetecilik etiği tartışmalarının Türkiye basın tarihi içinde neden 1980’li yıllara denk düştüğünü anlamamızı sağlamaktadır. Yazar, Türkiye’de 1980’li yıllarda yoğunlaşan gazetecilik etiğine dair tartışmaların hem pratik hem de kuramsal zeminini bu bölümde detaylı bir biçimde incelemekte; Türkiye üzerinden yaptığı analizlere sağlam bir kuramsal altyapı oluşturmaktadır.

Kitabın ikinci kısmı Türkiye’de gazetecilik etiğinin tarihsel sınırlarına odaklanmakta ve dört ana başlığa ayrılmaktadır. Birinci başlık altında, Osmanlı’daki “gazetecilik öncesi” dönemden başlayarak 1980 sonrasında ortaya çıkan yazarın deyimiyle “ticari gazeteciliğin hegemonyasının” yaşandığı döneme kadar yaşananlar anlatılmaktadır. Yazar, bu kısmın ikinci bölümünde Türkiye’de etik tartışmaların şekillendiği asıl dönem olarak kavradığı 1980 sonrası derinlemesine çözümlemek ve toplumsal “sorumluluğun sınırları”nı tanımlamak adına promosyon rekabeti dönemini örnek olay olarak incelemektedir. Bu dönem, yazarın tespitine göre, gazeteciler ve medya sahipleri tarafından okurun haber dâhil tüm ihtiyaçlarının karşılanması gerekçesiy-

le bir toplumsal sorumluluk işlevi olarak meşrulaştırılmış görünmektedir. Yazar, promosyon savaşının en yakıcı dönemi olarak tanımladığı 90'lı yıllarda, bu savaşın, tarafları olan medya grupları ve gazeteler tarafından nasıl meşrulaştırıldığını ayrıntılı bir şekilde analiz eder ve bu sürecin ticarileşme ve yoğunlaşma sürecini de ivmelendirdiğine dikkat çekmektedir. Bu sürecin devamında Doğan Medya Grubu, promosyon savaşlarında güç kazanmış ve piyasada belirleyici konuma yükselmiş, aynı zamanda kendine bir etik norm oluşturma misyonu da yüklemiştir. Yazar, çalışmasının bu kısmında, profesyonelliğin sınırlarının Doğan Medya Grubu'nun yayın ilkeleri bağlamında nasıl çizildiğini tartışmaktadır. Bu bölümde özellikle Hürriyet gazetesi örneği üzerinden gidilerek, Türkiye'de profesyonel gazetecilik etiği tartışmalarının ideolojik boyutu çözümlenmektedir. Yazara göre, Doğan Medya Grubu'nun bu norm oluşturma çabasının başını çekmesi ve bu çabanın özellikle Aydın Doğan'ın isteğiyle gerçekleştirilmeye çalışıldığına vurgu yapılması "performatif bir çelişki örneği" oluşturmaktadır. Bu çelişki, bir yandan iş dünyasının bir parçası iken bir yanda da bu dünyaya karşı belli bir mesafe ile yaklaşma öngörüsünde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda bu tür norm belirleme çabaları, yazara göre, genel bir etik normun tayininden ziyade, piyasanın şekillenmesinde insiyatif kullanmaya yönelen çabalar olarak okunmalıdır.

Bu kısmın son bölümünde yazar, ele aldığı iki skandal (Deniz Baykal-Nesrin Baytok ve MHP'li siyasetçiler) üzerinden gazeteciliğin ahlak siyasetinin ikiyüzlülüğüne vurgu yapmakta ve bu ikiyüzlülüğün büyük ölçüde gazeteciliğin ticarileşmesinden kaynaklandığı tespitinde bulunmaktadır. Yazar, bu tür skandallardaki ikiyüzlü tavrın genel siyasal kültürden kaynaklandığına şu cümleyle dikkat çekmektedir: *"Siyasal iletişimin neredeyse bütünüyle medya dolayısıyla gerçekleştiği ve skandal siyasetinin tehdidi altındaki bir siyasal kültürde, yalnızca kamusal kişiliklerin özel yaşamı sınırlıdır" diyerek bu sınırların müzakereye açık niteliği hakkında suskun kalınması oldukça düşündürücüdür*" (266). Bütün köşe yazarları, her ne kadar bu tür skandalları lanetleseler de, son kertede siyasal figürlerin özel yaşamlarına dikkat etmeleri gerektiğinde ortak düşüncelere sahiplerdir. Yazar, bu ortak kanaatin oluşmasında bir yandan siyasal kültürün payına dikkat çekerken, diğer yan-

dan iletişim teknolojilerinin getirdiği hız, rekabet ve haber kaçırmama kaygısının getirdiği zorlayıcılıkların altını çizmektedir. Böylece yazar gazetecilik meslek etiğinin, piyasanın koşullarından bağımsız, kişisel girişimlerle oluşmadığını, hem promosyon savaşları örneğinden, hem de politik skandallar örneğinden yola çıkarak ayrıntılı bir biçimde sergilemektedir.

Özetle yazar, gerek İngiltere ve Amerika’da 19. yüzyıl sonlarında olgunlaşan gazetecilik ilkelerini gerekse Türkiye’de, 1980 sonrasında yaygınlaşan etik tartışmalarını, basının ticarileşmesi sürecinde varlığını meşrulaştırma çabasından ayrı düşünemeyeceğimiz kanaatinde dir. Yazarın bu kanaati, çalışmanın tarihsel arka planı, yapılan kuramsal tartışmalar ve ele alınan örnekler yoluyla okuyucuya açık hale getirilmektedir. Basının ticarileşme süreciyle birlikte karşımıza çıkan ve nesnellik, dengelilik, tarafsızlık gibi kilit kavramlarla tanımlanan gazetecilik meslek ilkelerini, yazarın çalışmasından anladığımız kadarıyla neo-liberal ekonominin ideolojik varsayımlarından ayrı düşünemeyiz. Bu tespitten yola çıkarak şöyle söylenebilir: Basındaki asil etik sorun, hükümetler tarafından gelen sansürlere direnmemek değil, ticarileşmeyle birlikte ortaya çıkan yapısal sorunların getirdiği içeriklerde homojenleşme ve belirli kişilerin durum tanımlarının dolaşımda olmasından kaynaklanan temsil sıkıntılarıdır. Özellikle son dönemde “hükümet sansürleri”, gazeteci tutuklamaları, başbakanın medya sahiplerine parmak göstererek “iyi gazetecilik-kötü gazetecilik” tanımları yapma çabalarının ayyuka çıkması ile medya sahiplerinin, medyadaki sembolik seçkinlerin ve çalışanların bu çalışmadan geriye dönük olarak çıkaracağı dersler olduğu kanaatindeyiz. Zira bu çalışma siyasal seçkinlerden ziyade, medyadaki sembolik seçkinlerin medyanın etik dışı uygulamalarında ne kadar güçlü sorumluluklarının olduğunu bizlere göstermektedir. Bu bağlamda başbakanın zaman zaman medyaya ve köşe yazarlarına yaptığı çıkışlara verilen “basının özerkliği” minvalindeki tepkilerin de ne kadar naif ve ikiyüzlü görüldüğü daha açık hale gelmektedir.