

HABERDE OBJEKTİFLİK

Şengül ÖZERKAN*

Abstract

Objectivity appears to be rooted in a positivist approaching. Objectivity in journalism is a hard target to obtain. At first the reporters is representative of their social-cultural surroundings and they are not politically inactive. According to their perspectives, result of their's election and unfortunately sometimes market conditions reporters and editors decides which news would be covered tomorrow's papers. Journalism not only transfer the reality but rebuilt it. Besides journalism circles unwillingness, regarding cognitive psychology, the difficulties to be objective, in the day's objectivity in the news becomed old fashion or conservative journalism style. However it is possible to be pure objective, reporting should be balanced. The concept of public usefulness would approached journalist to balanced and objective news idea.

.....

Basında Objektiflik Kavramının Tanımı ve Tarihi Gelişim Süreci :

John Merrill, basını, yapısı "son derece zayıf bir konseptten görkemli heykellerin yükselmesi"(1) benzetmesiyle tanımlamıştır. Medyanın kurum olması durumunda, yapı, içerikten - muğlak olsa da- bağımsız olarak gelişir. Dev mekanizmanın kompleks yapısı herhangi bir

*Doç.Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

konsepte uygun olmaksızın inşa edilmiştir. Örneğin, "basında objektiflik", "etik" gibi kavramların, basın tarihine bakıldığında gerçekten de sonradan tartışılmaya başlanan dönemlerin ve sosyal dönüşümlerin sonucu ortaya çıktığını görmekteyiz.

Basında objektiflik kavramı, oldukça yakın bir geçmişe sahiptir. Örneğin 1920'li yılların başlarında "objektiflik", bir gazetecilik terimi değildi. On dokuzuncu yüzyıl başlarında gazetecilik açık olarak siyasi partilerin ve iş çevrelerinin temsilcisiydi. Mesleki standartta objektiflik terimi, AP gibi büyük ajansların çekişmesiyle başlamıştır. 1800'lü yıllarda pahalı ve partizan gazeteler "para basını" gibi yakıştırmalarla anılmaya başlayarak zemin kaybetmeye başlamışlardır(2). Bir süre sonra da gazeteler, küçük ticaretçi, orta sınıf şehirli, sanatçı okur kitlesi karşısında zengin ticaret adamı gazeteciliğini sürdürmemiş ve bu geniş kitleyi elde tutmak için yayın içeriğinde değişiklikler yapılmıştır.

Gazetecilikte objektifliğin temel taşlarından bir diğeri de, 19.yy' a kadar foto-grafik gerçeklik ve pozitivist epistemolojinin kabul edilmesidir. Her ikisi de başlangıçta, insanoğlunun öznelliğinden ve seçiciliğinden arındırılmış bir dünyanın yansıması olarak ele alınmıştı. On dokuzuncu yy.'daki hızlı teknolojik ilerlemeye, rasyonalizm inancıyla felsefenin realizmine eşlik eden realizm, pozitivism ve deneycilik şahit oldu. Bu felsefi akımlar, bilimin kuramsallığının öncelikliğini ve evrensel objektif bilginin mümkün olabilirliğini etkilemiştir. Tarih gibi sosyal bilimlerde, objektif dünyada genel kültür tarafından kabul edilebilir biçimde ve bu bakış açısına göre yeniden uyarlanmaya başladı. Epistemolojideki bu gelişimde Schiller, foto-grafinin dolayısıyla gerçekliğin temsilinin yorumsuz olarak icadının, gerçeklik ve doğruluk standartları açısından evrensel bir biliş oluşmasının zemin sağladığını belirtmektedir(3). Bunlar gazeteciliğin de içermesi gereken standartlardı.

Bu gelişmeler, objektif haberciliğin genel tanımıyla, gazetecinin kendi eğilimlerini metnin dışında tutması ve haberi olduğu biçimde yansıtması, yargıya, doğrudan değiştirmeye ve coşkulara yer vermemesi, kamu hizmetinin belirleyici kıstas olması anlamında bir kavram gelişmesini henüz işaret etmiyordu. Ancak, en azından hakkında objektif olunması gereken bir dünyadan söz edilebilirdi artık.

Günümüzde Basında Objektiflik Kavramına Bakış

Siyasal çevrelerde liberal çoğulculuk terimi dile getirildiğinde, gelişmiş kapitalist toplumlarda uygulanan gazetecilikle, mesleki etiğe dönüşmüş olan objektiflik birlikte tanımlanır. Bu, adeta bütün gazetecilerin uyması gereken bir standart haline gelmiştir. Gaye Tuchman bunu "stratejik bir ritüel" olarak tanımlamaktadır(4).

Objektiflik, doğal haklar savunmasında, belli bir sınıfın çıkarına hizmet etmeyen, kamunun bilgi edinme hakkını öne alan gazetecilik anlayışının ürünüdür. Glasser'e göre objektiflik bir ideolojidir. Glasser, demokrasiden örnek vererek, herkesin eşit katılımının beklenmesi yaklaşımına dikkat çeker. Örneğin, haber seçiminde bu yaklaşım, uygulamada genellikle ünlüler lehine dönmektedir. (5). Gazetecilik çevreleri de, her zaman bunun uygulamada zorluğundan söz ederler. Örneğin bir uçak kazasında hayatını kaybeden ünlülere ve hiç tanınmamış kişilere eşit yer ve zaman ayırmanın uygulamadaki güçlüğüne dikkat çekilir.

Günümüzde özellikle haberde objektiflik, gitgide modası geçen, saygınlığı azalma olan bir arayıştır. Gazetelerin başlangıçtaki tarafı yayın politikası döneminden sonra gelen "**gerçekliğin yorumsuz olarak temsil edilmesi**" yaklaşımı, uygulamadaki zorlukların da etkisiyle tamamen terkedilmek üzeredir. Haber sayfaları ya da TV haber bültenlerine yorumcu, analist gibi köşeler eklenmesi dönemi bile, yavaş yavaş geride bırakılmaya, yorumlar doğrudan, haber sunumunun içine yerleştirilmeye başlanmıştır. TV haber bültenlerinde program sonunda yer verilen bazı yorumcular da genellikle o güne ait tek bir konuyu ele aldığından, yorumların sadece bu bölümle sınırlı kalmadığı görülmektedir. Örneğin TV haberciliğinde, pek çok kanalda ana haber spikerleri, yorumcu görevini de açıkça üstlenmiştir. TV'de ankormenlik sisteminin yerleşmeye başlaması da, haber-yorum- haber sunumu- spikerlik işlevlerini her geçen gün biraz daha iç içe geçirmektedir.

Gerçekte, "objektiflik", evrensel olarak kabul edilmiş bir tıp terimi gibi değildir. Tarafılık ve eğilimliliğe bir karşı duruştur(6). Objektiflik konusunda, basın tarihinde yaşanan aşamalar, artık objektifliğin mümkün olup olmadığı sorusunu da beraberinde getirmiştir. Özellikle davranış bilimindeki gelişmeler, algı (özellikle de sosyal algı), hatırlama, bilişsel süreçle ilgili yeni bilgiler, bu

kavramın "sınırları kolayca çizilebilecek bir yaklaşım olmayacağını" gözler önüne sermektedir.

Konuyu biraz daha açmak için haberde tarafsızlık konusunu baz alarak, buna zemin hazırlayan bazı etkenlere göz atalım :

Bir haberin gazete ya da TV' de yerleştirildiği yer, habere ayrılan boyut/zaman
Bazı haberlerin yayın kapsamı dışında bırakılması
Başlık seçimi
Haberin, ham biçiminden sunuma kadar geçen süre içindeki değişimi (editorial aşama)
Fotoğraf seçimi
Fotoğraf alt yazısı

Bu aşamaların her biri, haberin objektif olarak sunumunu neredeyse imkansız hale getirmektedir. Haberin objektif olmayan biçimde sunumu dendiğinde ilk akla gelen, olay ya da durumu çarpıtma, abartma, tahrif etme (bozma, değiştirme), renklendirme, aktarma yapılacak kısımları özel amaçlarla seçme, haberde belli bir doğrultuda düzenlemeler yapma ya da dışarıda bırakma gibi yaklaşımlardan kaçınmak ya da bunları bir kriter haline getirmek, uygulamada daha kolaymış gibi gözükmektedir. Ancak yukarıda bazılarını saydığımız diğer etkenler üzerinde durmamız gerekmektedir.

Basında Objektiflik Ütopya mı?

Günümüzde haber odalarına, gerek abone olunan haber ajanslarından gerek kurum içi kaynaklardan sayısız haber yağdığını biliyoruz. Bunların tamamının yayımlanmasının olanaksızlığı haber basımı öncesinde bir "**seçme -eleme**" aşamasını gerektirmektedir.

Taraf tutma ya da seçicilik, haber zincirinin tüm bağlantı noktalarında ortaya çıkabilir(7). Seçme öznel bir davranıştır. Gazeteci gerçekliğin içinden kendi eğilimine uygun düşen parçaları seçer. Burada gazetecinin tutunabileceği belki de en sağlam dal "kamu yararı" ve "kamunun öğrenme hakkı" dır. Kaldı ki, burada da göreceli ya da öznel taraflar bulunabilmektedir.

Haberde seçme-eleme unsuru önce muhabirde başlamaktadır. Gerçeğin ne kadarını algılayacağımız, neyi haber yapacağımız, bunu hangi

sözcükleri kullanarak sembollere dönüştüreceğimiz, konuyu hangi ana fikir etrafında temellendireceğimiz kısmı, sadece başlangıçtır; bunun hemen ardından haber odaları ve toplantıları gelmektedir.

Burada "**haber kapıcısı**" konusuna da kısaca değinmek gerekir. Bu kapıcılık ya da haber seçme etkinliği konusunda pek çok araştırma yapılmıştır. Bunun nedeni örgütsel seçme ve objektif habercilik konusunu kapsamaktadır. Haber- kapıcısı uygun ve yeterli hammadde akımı, dağıtımı ve işlenmesini garanti eden toplama ve süzme ajanları olarak hareket eden bir çok kapıcıdan biridir. Haber akımı sürecinde kapıcı tek bir yerde değildir; hemen her önemli adımda görülür. Bunlar hem haber ajanları editöründen önce hem de sonra yer alırlar ve haberin seçildiği sahadan, saha da habercilerin ilişki kurduğu "haber kaynaklarından" haber servisine, oradan bu servisi kullanan haber örgütlerine ve sonunda haberin "halka" gönderilmesine kadar olan geniş alanda yerleşmişlerdir(8).

Editörlük aşamasında, yeni bir seçme- eleme işlemi sonrasında, haberde hangi unsurun öne çıkarılacağı, başlıklar fotoğrafların seçimi, altta hangi alt yazıların uygun görüleceği, habere ne kadar yer ya da (TV'de) zaman ayrılacağı, kaçmıcı sayfa ya da sıralamada yer alacağı kararlaştırılır. Örneğin adliye muhabirleri, düzinelerce sivil olayın arasından hangisinin haber değerine taşıdığına karar verir. Haber değeri taşıdığına emin olduğu durumu iki ya da yedi paragrafta yazmaya nasıl karar verir? Bir radyo ya da TV gazetecisi, hangi haberin, ana haber bülteninde yada gece kuşağında kaç saniye süreyle yer alacağını nasıl bilir? Eğer gazetecilik "seçme sanatı" olarak tanımlanırsa(9), o zaman gazeteciye bu alanda rehberlik eden nedir?

Kim karar veriyor? Bencher'e göre, geleneksel olarak haberin yazım ve basımında özne, yakın zamana dek profesyonellerden ibaretti. 1990'larda yeni karar verici olarak sahneye halk girdi. İnsanların düşündüğünü habere dönüştürmek için günümüzde özel seanslar düzenlenmektedir. İnsanlar bu tür niteliksel araştırmalar için gruplar halinde çağrılmakta ve konuşmalar dikkate alınmaktadır(10). Bencher, her şeye rağmen, neyin haber olacağına, son aşamada gazetecilerin karar verdiğini düşünmektedir.

Kres, haber analizlerinde kitle iletişimi araçlarının haberleri işleme biçiminin kesintisiz olarak ideolojik sistemle tutarlı ve ona entegre olan malzeme ürettiği sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda da içinde bulunduğu toplumun ideolojik yapısını biçimlendirme girişimidir, bu.(11) Gazeteci olayları nasıl algılar ve nasıl rapor eder. Burada

kaçınılmaz algı eğilimleri vardır. Ancak Geis de, Kress'in görüşüne kaçınılmaz olarak katılınması gereken kısım olarak, gazetelerin siyasal çizgiye sahip olmaları eğiliminde olmalarını işaret eder. . Seçme- eleme işlemi, karşı tarafta, alıcı açısından da farklı bir biçimde de olsa devam eder. Okuyucu/ izleyicinin kod açma , algılama, bilişsel süreçten geçirme, önemseme önemsememe, seçme okuma, görmemezlikten gelme, hatırlama, unutma süreci başlar ki, basın çalışanlarının bu alandaki bazı deneyimleri, haberin bu engellerden geçiş şansını arttırma yolunda kullanılmaktadır.

Objektif anlatım biçimi, iyimser bir tanımla, gerçeğin bütün yanlarını sade bir yaklaşımla anlatan, eğilime yer vermeyen, dolambaçlı olmayan , dengeli bir anlatım biçimidir. Objektifliği bozan en önemli unursa, gazetecinin "ikna etme arzusu" dur. Onların görüşleri okurları hem yansıtır hem de görüşlerini biçimlendirmeye çalışır(12). Gazeteci her şeyden önce içinden çıkıp geldiği toplumun eğilimleri, kültürel yapısı ve iletişim biçimlerinin temsilcisidir. Genel geçer davranış biçimi ve kültürel davranış, o denli iç içe geçmiştir ki, birinin nerede başlayıp diğerinin nerede bittiğini kestirebilmek güçtür. Bu, genel insan davranış ve tutum sisteminde, objektifliği zedeleyen en önemli unsurlardan biridir. Gazetecinin hangi olay ya da durumu haber olarak seçtiği neyi bırakıp neyi ele aldığı, her zaman özel bir amaç doğrultusunda olmasa da edilgen ve süreklilik özelliği olan bir taraflılıktır.

Lippmann, haber üzerinde hüküm verme sürecinde gazetecinin tam anlamıyla objektif kalamayacağını belirtirken(13) benzeri görüşler, haber ajanslarının verdiği dış haberler için de ileri sürülmüştür(14). Lippmann, yorumlayıcı haberciliği şu sözlerle haber vermektedir:

"Özellikle, haberi oluşturan olguların gözlenebilmesi zorsa, objektif olarak haber vermek olanaksızdır; bunların gün ışığına çıkarılması için yorumlama gereklidir"(15).

Gazete yönetiminin seçme eleme aşamasında ilgilendiren ve günümüzde hızla daha temel bir hedef haline gelmekte olan yüksek okur/izleyici oranına ulaşma arzusu,bu aşamaya farklı bir boyut getirmektedir. Reklam gelirine ve rating endişesine dayanan yayıncılık anlayışı başlı başına ayrı bir seçme kriteri getirmektedir.

"Gazetecilik alanı bu şekliyle, herşeyden önce "haberler", tercihen de sannsasyonel" ya da daha iyisi "sansasyonel taşıyıcı" haberler sunan gazeteler ile çözümlenmeler ve "yorumlar" öneren ve "nesnellğin" değerlerini yüksek sesle olumlayanak birinci türdekilerin

farklılığını göstermeye önem veren gazeteler arasındaki karşıtlık çerçevesinde oluşmuştur; iki mantık ile iki meşrulaştırma ilkesi arasındaki bir karşıtlığın alanıdır"(16).

Günümüzün gazeteciliği her geçen gün daha fazla seçme-eleme ve yorumlama gazeteciliği haline gelmektedir. Chomsky'nin dediği gibi, "medyada yönetici konumda bulunanlar ya da bu kesim içinde yorumcu statüsüne yükselenler, artık ayrıcalıklı elit kesime aittirler"(17).

Haberde objektifliğe yaklaşmak:

Gazetecilikte saf ve katıksız bir objektiflik ölçütünü yakalamak mümkün görünmemektedir. Ancak haberde denge unsurunun gözetilmesi, tarafsızlık eğilimini azaltacak bir yaklaşımdır. Haberde yer verilen unsurların ve görüşlerin karşılıklı denge esasına göre sunulması, haberde simetrisinin gözetilmesi habere ciddiyet ve objektiflik konusunda özen getirecektir. Ancak, bu kavramların da çok keskin tanımlar ve nitelermelere uygun olmadığı, çoğu zaman iç içe geçmiş olarak buldukları da bir gerçektir. Örneğin dengeli haber, her zaman doğru haber anlamına gelmeyecektir ya da "kamu yararı" yaklaşımı, gazeteci için, her zaman önceden verilmiş bir tarafsızlık zemini değildir. Gazetecinin "kamu yararına" tarafsızlık eğiliminde nereye kadar ilerleyebileceği, karmaşık olay ve durumlarda sınırların nasıl saptanacağı gibi konular, ayrı birer irdelene alanı olarak karşımızda durmaktadır.

Değerlendirme:

Objektiflik ulaşılması zor bir hedeftir. Haberin objektifliği de, insanın objektif olması kadar zor bir hedeftir. Gazeteci bu zor hedefe doğru baktığında, ilk aşamada kendi yaklaşımlarını gözden geçirmelidir.

Gazeteci, her şeyden önce, kişileri ve olayları çok yönlü olarak tanımlamalı, kişileri tek boyutlu olarak biçimlendirmemelidir. İnsanlar, çağdaş, muhafazakar, radikal, sosyalist, entelektüel, suçlu... olmanın yanında daha farklı özellikleri de taşırlar. Her birini saymak güç olmakla birlikte, bunlardan sadece birinin öne çıkarılarak basit biçimde etiketlenilmeleri, gerçeği daraltan bir yaklaşım biçimidir.

Gazetecinin keskin sınıflandırmalardan uzaklaşmasının yolu, çevresini, insanları ve dünyayı bu biçimde algılamamasından geçer. Bunu yapabilmeyen yolu da, gazetecinin iyi eğitilmiş olması ve gözlem gücüne

bağlıdır. Gazeteciyi objektiflikten daha da uzaklaştıran en önemli faktör, algılama ve değerlendirme sıklığıdır.

Haberde objektiflik kavramını gazeteci-editör-okur/izleyici bağlamında ele aldığımız bu yazıda gazetecinin öz denetim kaygıları, iş güvenliği konusu, objektiflik ve dil ilişkisi, politika ve gazetecilik alanı, ekonomik kaygılar, reklamverenle ilişkiler gibi bu yazı kapsamı dışında olan etkenler bir arada düşünüldüğünde objektifliğin zor bir hedef olduğu gerçeği daha da derinleşmektedir. Her şeyden önce, objektifliğe ulaşmanın zor olmasının kabulü, bu uğurda atılabilecek olan ilk adımdır. Hedefe yaklaşmanın en iyi yoluysa objektif olmaya çalışma özenini en azından canlı tutmaktır.

Objektif haberciliğin modası geçmiş habercilik stili olarak değerlendirilmesi ve bir amaç olmaktan çıkarılması, korkarız ki, günümüzde artık eğlence söylemiyle iç içe geçmekte olan habercilik anlayışıyla birlikte, polemige açık yorumcu- habercilik düzeyini de koruyamayacaktır. Haberin tarafsızlığı konusunun, üzerinde bile durulmayacağı, hatta haberin ciddiye alınmayacağı günler çok uzakta gibi görünmemektedir.

Dipnotlar

1. John C. Merril-Ralph L. Lowenstein, *Media Message and Men* (içinde) *New Perctives in Communication*, 2. Baskı, David Mc Kay Company, New York, 1971, s.102
2. Nair Mc Brian, *News as Journalism in The UK- Lecturer, Film and Media Studies*, Univ. Of Stirling, Routledge 1994, s.25 .
3. Brian, a.g.e., s.26 .
4. Gaye Tuchman, *Objectivity as Strategic Ritüel: An Examination of News Men's Nation of Objectivity*, *American Journal of Sociology*, 77 (4), s.660-670 .
5. Theodore Glasser, "Objectivity and News Bias, (içinde) *Editör: Elliot D. Cohen, Philosophical Issues in Journalism*, Oxford Univ. Press, New York, 1992, s.158 .
6. Everette E. Dennis, *Reshaping The Media*, Sage Publ., California, 1989, s.83 .

7. Marilyn Matelski, Çev. Bahar Öcal Düzgören, Yapı Kredi Yay., İstanbul, 1996, s.20 .
8. İrfan Erdoğan- Korkmaz Alemdar, İletişim ve Toplum-Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilgi Yay., Ankara 1990, s.75 .
9. Melvin Bencher, 5. Baskı,Basic Media Writing, Brown&Benchmark Publ., 1996, s.54 .
10. Bencher, a.g.e., s.72 . Davis and Walton'dan akt. Michael Geis, The Language of Politics, Dep. of Linguistic The Ohio State Univ., 1987, s.43-44 .
11. Geis, a.g.e., s.60 Bernard Roschco Newsmaking, The Univ.of Chicago Press, Chicago 1975,s.25'den akt. Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, 3. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, 1994, s.278.
12. Roschco, s. 46-47'den akt. Tokgöz, a.g.e., s.278.
13. Roschco, a.g.e., s.47'den akt.Tokgöz, a.g.e., s.278. Pierre Bourdieu, Televizyon Üzerine, Çev. Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yay., İstanbul,1997., s.79 .
14. Noam Chomsky, Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz, Tüzmamanlar Yay., İstanbul, 1993, s.20 .

Kaynakça

- BENCHER**, Melvin, 5. Baskı, Basic Media Writing, Brown&Benchmark Publ., 1996 .
- BRIAN**, Mc Nair, News as Journalism in The UK- Lecturer, Film and Media Studies, Univ. Of Stirling, Routledge 1994.
- BOURDIEU**, Pierre, Televizyon Üzerine, Çev. Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yay., İstanbul,1997.
- CHOMSKY**, Noam, Medya Gerçeği, Çev. Abdullah Yılmaz, Tüzmamanlar Yay., İstanbul, 1993 .
- COHEN**, Elliot D., Philosophical Issues in Journalism, Oxford Univ. Press, New York,1992 .
- DENNIS**, E.Everette, Reshaping The Media, Sage Publ., California, 1989 .
- ERDOĞAN**,İrfan- Korkmaz **ALEMDAR**, İletişim ve Toplum-Kitle İletişim Kuramları Tutucu ve Değişimci Yaklaşımlar, Bilgi Yay., Ankara 1990 .

- GEIS**, Michael, The Language of Politics, Dep. of Linguistic The Ohio State Univ., 1987 .
- MATELSKI**, Marilyn, Çev. Bahar Öcal Düzgören, Yapı Kredi Yay., İstanbul, 1996 .
- MERRİLL**, John C. -Ralph L. **LOWENSTEIN**, Media Message and Men (içinde)New Perctives in Communication, 2. Baskı, David Mc Kay Company, New York, 1971 .
- TOKGÖZ**, Oya Tokgöz, Temel Gazetecilik, 3. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, 1994 .
- TUCHMAN**, Gaye, Objectivity as Strategic Ritüel: An Examination of News Men's Nation of Objectivity, American Journal of Sociology, 77 (4).