

ÇAĞIMIZ SOHBET ÇAĞI, ÇAĞIMIZ “DOSYA” ÇAĞI¹

Giriş

Doksanlı yılların Türkiye’sinde yazılı ve görsel medyadaki en önemli değişiklik 13 Nisan 1994 tarihinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un kabulünün ardından radyo ve televizyon yayıncılığı alanındaki devlet tekelinin sona ermesiyle birlikte televizyon ve radyo kanallarında yaşanan patlama ile dergi ve gazete sayısında görülen artış ve çeşitliliğidir. Bir diğer elle tutulur, gözle görülür değişiklik gerek medyanın ve gerekse her nevi tüketim ürünü pazarlayanların özellikle 20-40 yaş arası kuşağı hedeflemeleridir. Büyük kentlerin ticarî dinamizminde önemli bir payı olan bu genç kuşak artık hem reklam verenlerin, hem de medyanın yoğun ilgi ve ihtimam gösterdiği bir kuşak. İstanbul’un banka, finans ve uluslararası ticaret merkezi haline gelmesi, buna paralel olarak bu alanlarda çalışan ve gelir düzeyi yüksek genç beyaz yakalılarının sayısındaki önemli artış, sürekli gelişmekte ve büyümekte olan bu pazardan pay almak isteyen firmaların ilgisini çekmekte.

Doksanlı Yıllarda Medyada Değişim

Doksanlı yıllarda beliren iyi eğitilmiş, yabancı dil bilen ve yüksek harcama gücüne sahip bu genç kuşağa ilgi gösteren bir diğer kesim ise medyadır. Medyanın yüksek tirajlı gazeteleri Türk toplumunun siyasî ve ideolojik anlamda kutuplaştığı bir ortamda bir yandan tiraj arttırma kaygısıyla, diğer yandan toplumsal uzlaşma adına işadamları Cem Boyner’in başlattığı kısa ömürlü Yeni Demokrasi Hareketi’nin “herkesle eşit yakınlıkta olma” sloganına uygun bir şekilde, her eğilime ve her kesime hitap etmek isteyen birer “süpermarket” havasına büründüler. Genellikle merkez mecrada yer alan ve liberalizmin bayraktarlığını yapan bu gazetelerin ihtimam gösterdikleri okurlar arasında başı çeken kesim en az bir yabancı dil bilen, çoğunluğu üniversite mezunu genç okurlardır. Birkaç yıl önce yayınlanmaya başlayan *Radikal*, artık yayınlanmayan *Yeni Yüzyıl* ve halefi *Yeni Binyıl* gazeteleri ile TV8, NTV, CNN-TÜRK televizyon kanallarının hitap ettikleri kitle “kentli seçkinler” olarak tanımlanabilecek 25-40 yaş

¹ Bu yazı Cüneyt Özdemir’in öfkeli ve duygusal tepkisine yol açacaktı. Tepki ve karşı cevabı yazı için bkz. Cüneyt Özdemir, “Televizyon Gazeteciliği Üzerine”, *Virgöl*, Şubat 2001, Sayı. 38, s. 33 ve Rifat N. Bali, “Televizyon Haberciliği Üzerine”, *Virgöl*, Mart 2001, Sayı. 39, s. 32.

dilimi arasındaki kesimdir. Bu okur ve izleyici kitlesinin kaygılarına, arzularına, arayışlarına ve beğenilerine cevap verebilecek gazetecilerse doğal olarak onlarla benzer bir geçmişe, kültüre sahip ve aynı yaş diliminde yer alan gazetecilerdir. Bu genç gazeteci kuşağı ya köşe yazarı, ya da televizyon programı yapımcısı veya habercisi olarak medyanın ön sıralarında yer almakta.

Doksanlı Yıllarda Yeni İnsan Nesli

ABD’de gibi Türkiye’de de kentli seçkinlerde ve genç kuşaklarda sürekli çalışma ve çok para kazanma kaygısının egemen olduğu bir ortamda bu kesimin artık çok fazla serbest zamanı yok. Bu genç kuşak mensuplarının öncelikli ilgisi İMKB’nin durumu, çalıştıkları şirkette veya bankada hızla yükselmek, yönetim, banka ve finans alanlarındaki son gelişmeleri takip etmek, mesai saatlerinden arta kalan kısıtlı boş zamanlarında da en revaçta bar, kafe ve lokantalarda dostlarıyla birlikte hoşça vakit geçirmektir. Ancak aynı insanlar herhangi bir dost toplantısında veya akşamları gittikleri iş davetlerinde bahsi açılması muhtemel olan “gündemdeki konu”dan tamamen bihaber görünmemek, gerekirse birkaç laf söyleyebilmek için de “gündemdeki konular” hakkında yüzeysel bir fikir sahibi olmayı istemekte. Başka bir deyimle tartışılan konunun ana başlıklarının ne olduğunu ve neden bahsedildiğini bilip bir sohbet ortamında suskun kalmamayı sağlayacak kadar fikir sahibi olmak. Hepsi bu.

Yeni İnsan Nesline Uygun Televizyon Programcılığı

Zamanları olmamasına rağmen “gündem”den de kopmak istemeyen izleyicilere ve okurlara hitap etmek amacıyla ortaya çıkan bu yeni kuşak köşe yazarları ve TV program yapımcıları aynı program veya yazı içinde birden fazla konuya değinmekteler. Bu şekilde uzun bir makaleyi veya kalınca bir kitabı okumaya ne vakti, ne de sabrı olan modern çağın sabırsız okur ve izleyicilerini hem sıkmamakta, hem de değişik konuları özetleyip bunları, reklamcı dilini kullanmak gerekirse, okurlara ve izleyicilere “brief” şeklinde aktarmaktalar. Bu anlayış hem köşe yazılarına, hem de televizyon programlarına hâkim olup televizyon mecrasındaki en iyi örneği 32. Gün programıdır. 32. Gün ve büyük çoğunluğu eski 32. Gün çalışanı olan yapımcılar tarafından hazırlanan benzeri haber programlarında, aynen köşe yazılarında olduğu

gibi, birden fazla konu bir saatlik süre zarfında incelenmekte. Bu bir saatlik programda üzerinde en çok yoğunlaşılacak konu “dosya” başlığı altında, azami 15-20 dakikalık kısıtlı bir zamanda, tarihî bir geri planı yansıtmaya iddiasıyla da, izleyiciye bol görüntü desteğiyle belgesel havasında nakledilmekte. Bunu seyreden izleyici de konu hakkında hem “bilgi”, hem de “fikir” sahibi olmakta... veya öyle olduğunu zannetmekte...

Bir Örnek Vaka: 5N1K Programı

CNN-TÜRK’de yayınlanan 5N1K programının yapımcılarından eski 32. Gün çalışanı Cüneyt Özdemir’in 44 ayrı “konuk”la yaptığı söyleşileri ve 17 değişik temayı incelediği “konu” çözümlenmelerini içeren *Reytingsiz Sohbetler*, tasvir edilmeye çalışılan bu genel çerçeve içinde değerlendirilmesi gereken bir kitaptır. Bu program kayıtlarının çözümlenip yayımlanmaları son derece faydalıdır, zira bu kitap sayesinde medyanın tamamını esir almış olan bir habercilik zihniyeti hakkında bir tahlil yapma imkânı ortaya çıkmıştır. Bu habercilik, gazetecilik veya “araştırmacı-yazar”lık zihniyetinde aslolan “hafif” olmaktır. Aslolan, “tuğla gibi” kitaplar yazmamak, azami 200 sayfalık kitaplarla, son derece karmaşık olsa bile, incelenen konuyu “tüketmek”... veya tüketmiş olmak iddiasında bulunmaktır. Aslolan, Cüneyt Özdemir’in de ifadesiyle “kısa bir süreye çok şey sığdırmaya çalışılan röportajlar”dır (s. 12). Bu zihniyetin belli başlı özelliklerinden biri de toplumun değişen gündemine göre değişik konular hakkında, 5N1K örneğinde olduğu gibi haftanın beş günü veya 32. Gün örneğinde olduğu gibi haftada bir gün, 15-20 dakika süren ve her kesimden kişilerin görüşlerine yer veren “dosya”lar hazırlamak, bu “dosya”ları izleyenlerin de programın sonunda konu hakkında bir fikir ve kanaat sahibi olduklarına inanmalarını sağlamaktır.

Reytingsiz Sohbetler kitabında yer alan 17 değişik konudan yedisi (kitaptaki sırayla “Varlık Vergisi”, “Darülfazlan Manastırı”, “Maruniler”, “Balat’ın Kaybolan Renkleri”, “Heybeliada Ruhban Okulu”, “Kaş-Meis”, “Gökçeada”) azınlıklarla ilgilidir. Bu da konu toplamının % 41’ine tekabül etmektedir. Türkiye’nin yaklaşık 70 milyon nüfusu içinde nüfusun sadece ve sadece % 0.15’ini teşkil eden azınlıklar neden konuların % 41’ini teşkil etmekte?

Bu soruya cevap verebilmek için seksenli yılların ortasından itibaren, “kaybolan renkler, kültürler”, “çokkültürlülük” başlıklarıyla atıfta bulunulan “azınlıklar” konusunun genç kuşak ve muhalif aydınlar nezdinde çok revaçta olduğunu hatırlamak şarttır. Ancak bu konunun izleyicileri, okurları fazla sıkmadan kısa bir şekilde anlatılması da elzemdir. Aynen kitapta yer alan Varlık Vergisi örneğinde olduğu gibi (s. 287-291). Varlık Vergisi ve Tek Parti Döneminde azınlıklar siyaseti gibi son derece karmaşık ve çok boyutlu bir konuda izleyici 15-20 dakika içinde (bu kitabın dört sayfasına tekabül etmekte) hem fikir, hem de bilgi sahibi olabilmektedir... Tabii bu arada bazı hataların yapılması, 1948-49 yıllarında Türkiye’den İsrail’e göç eden Yahudi sayısının 30.000 olmasına rağmen bunun 300.000 olarak belirtilmesi pahasına olsa da... (s. 291). Kitabın “konuklar” bölümü incelendiğinde göze çarpan dağılım şöyledir: Konukların % 40’ı sanatçı, % 13’ü genç kuşağa hitap eden ve “genç başarı”yı simgeleyen, işadamları veya işkadınları % 28’i siyasetçi veya siyasetle ilgili kişilerdir. Bunun, izleyici dağılımında önemli bir çoğunluğu teşkil eden genç kuşağın beğenileri gözetilerek tutturulmuş bir denge olduğu aşikârdır.

Cüneyt Özdemir’in 5N1K programlarında gerçekleştirdiği söyleşilerin bir kısmının çözümlenmiş metinleri www.deepnot.com internet adresinde de mevcuttur. Bu web sitesini ziyaret edenler Özdemir’in, muhaliflik duyguları henüz aşınmamış genç okurlara hitap eden *Öküz* dergisindeki yazılarına da ulaşabilir, bunun yanı sıra 5N1K’nın imtiyazlı konuklarından Sunay Akın’ın yazılarını da okuyabilirler. İlk bakışta pek önemli gözükmeyen bu küçük ayrıntıların anlam kazanabilmeleri için “Sunay Akın” ve “Cüneyt Özdemir” figürlerinin kamuoyuna daha çok mal olmalarında bu tür ayrıntıların oldukça faydalı olduklarının unutulmaması gerekir.

Reytingsiz Sohbetler kitabında ATV ana haber programı sunucusu Ali Kırca ile yapılan söyleşide yer alan bir diğer küçük ayrıntı tarafsız olması gereken bir televizyon muhabirinin kamuoyunu nasıl yönlendirdiğinin, bilinçli bir şekilde bir tarafa meyletmesini nasıl sağladığının bir itirafı olması özelliğini de taşımaktadır. Ali Kırca seksenli yıllarda 32. Gün muhabiri olarak İsrail-FKÖ ihtilafını yerinde izlerken çektiği çarpışma görüntülerini, kamuoyunun FKÖ yanlısı bir tavra girmesine yol açacak bir tarzda tasarladığını ve bunu da bilinçli olarak yaptığını şöyle açıklamakta (s. 65-66):

“İntifada” yani Filistin ayaklanmasının ilk günlerinde, “32. Gün” için, sonra birlikte çalıştığımız 32. Gün” için oradaydım. O haberde de, kırmızı atkımla çektiğim bir anons, sanıyorum Türkiye’de ilk savaş muhabirliği görüntüsüydü! Çok bilinçli olarak yapılmış bir şeydi aslında. Biz o olay içinde bir kahramanlık olsun diye veya yayıncılıkta bir macera olsun diye atılmadık; tam tersine, onun çok dramatik bir efekt yaratacağını biliyorduk. Planlayarak girdik. Nitekim öyle oldu. O görüntüler Türkiye’de yayımlandıktan sonra, olay oldu. Türkiye’de Filistin’e, Filistin Kurtuluş Örgütü’ne ve intifadasına da bakış değişti. Son derece etkili oldu ve amacına ulaştı.

Cüneyt Özdemir’in kitabı, habercilik alanında mütevazı ancak önemli bir belge olma niteliğini taşımaktadır. Bu kitap sayesinde, Ali Kırca ile yapılan söyleşide olduğu üzere, televizyon haberciliğinin kamuoyunu arzu edilen yöne doğru sevk etmede ne kadar etkili ve becerikli olduğu bir kere daha görülmekte. Diğer yandan günümüzün çok meşgul kentli elitlerinin nabzına uygun bir haber programında “dosya” başlığı altında incelenen herhangi bir konunun görüntülerden tamamıyla arındırılıp metne dönüştürüldüğünde içerik açısından ne kadar yüzeysel kaldığı da açık bir şekilde fark edilmekte.

Cüneyt Özdemir’in de teslim ettiği üzere “söz uçar, yazı kalır” düsturu halen geçerli. Araştırmacıların görüntü arşivlerindeki programlara ulaşmaları imkânsız değilse bile son derece güç. Bu nedenle Ali Kırca’nın yönettiği Siyaset Meydanı, Hulki Cevizoğlu’nun yönettiği Ceviz Kabuğu, Ahmet Hakan Coşkun’un yönettiği İskele Sancak tartışma programlarından sonra 5N1K programına davet edilenlerle yapılan söyleşilerin de kâğıda dökülüp kayıt altına alınması son derece faydalı. Kitaba teknik açıdan getirilebilecek tek eleştiri ise söyleşilerin hangi tarihte yapıldıklarının belirtilmemiş olması.

Virgöl, Ocak 2001, Sayı 37.