

TEZAT KAVRAMLAR: AHLAK – NAMUS – GAZETECİLİK

Üstün BOL

Cyrano De Bergerac, 10.09.2026

<https://hertaraf.com/koseyazisi-cyrano-de-bergerac-tezat-kavramlar-ahlak-namus-gazetecilik-4946>

Bütün genellemeler gibi yanlış bir yerden konuya girdiğimi biliyorum. Ama bütün genellemelerden bağımsız olarak bu genellemenin hakiki bir karşılığının olduğundan bütün kamuoyu gibi ben de eminim. Doğrudan tanıdığım yüzlerce gazeteci, cemaziyelevvelini bildiğim aktif olarak mesleğini sürdüren binlerce basın yayın mezunu var.

Bunların içinden hem sağdan hem soldan biraz zorlarsam iki elin parmakları kadar meslek ahlakı ve karakteri olan isim sayabilirim. Bu sayının çok iyimser bir rakam olduğunu da belirtmeliyim.

Yirmi yılı aşkın bir süre yerel yönetimlerde memuriyetten bürokrasiye kadar hemen her kademede görev yaptım. Özellikle bürokratik görevlerim sırasında sabah ilk işim bugün hakkımda ne tür tezviratlar çıkacak merakıyla kendini gazeteci sanan ‘küçük esnafın’ paçavralarını okumak olurdu. İlk başlarda bu durumun ben ve benim gibi arkadaşlarımla şahsiyle ilgili bir durum olduğunu düşünüyordum. Saf zamanlarımdı. Sonradan anladım ki bu ‘küçük esnaflar’ bizim üzerimizden siyasetçilere ve Belediye Başkanlarına parmak sallıyorlardı.

Kendini ifade etme, doğruyu anlatabilme mecralarının tamamen yüzünüze kapandığı siyasetçiyle, belediye başkanıyla sürdürülecek kavganın büyüklüğüne göre günler bazen haftalar süren bu tezvirat bir sabah uyandığınızda bıçak gibi kesilir, gönül alma babından hakkınızda veya yürüttüğünüz başkanlıkla ilgili birkaç sevimli cümle ile bu paçavralar konunun üzerini örterdi.

Bu işin yerel, küçük ve önemsiz tarafı. Bu meselenin bir ‘küçük esnaf’ şeytanlığı olduğunu düşünmek hayatınızda yapacağınız en büyük hatalardan biri. Küçük şehirlerde tezgahını kuran bu şeytani organizasyon ulusal çapta da varlığını en şiddetli şekilde sürdürüyor. Hatta bu gayrimeşru durum o kadar meşrulaştırılmış ki ahlaklı olduğunu zannettiğiniz insanlar/gazeteciler bile bunun normal bir durum olduğunu, piyasanın bunu gerektirdiğini ahlaksızca savunabiliyor.

Ulusal gazete ve televizyonlarda kurulan tezgâh şöyle çalışıyor. Üç yüz bin satışı 50 bin abonesi olan bir gazete ve o gazetenin dahil olduğu televizyon/internet sayfası/sosyal medya organizasyonları hakkınızda birkaç gün olumsuz haber yapıyor. İçeriği, kurgulanışı, söylemi, dili itibarıyla gerçeğe alakası olmayan bilgiler milyonlarca insana günlerce boca

ediliyor. Kendinizi ifade edebileceğiniz bütün kapılar, bütün iletişim kanalları yüzünüze kapanıyor. Birkaç gün neye uğradığınızı şaşırıyorsunuz! Sonra meselenin yaptıklarınızla, söylediklerinizle ilgili olmadığını bunun bir ticari ‘küçük esnaf’ faaliyeti olduğunu fark ederek büyük patronlarla iletişime geçiyorsunuz.

Özellikle şehir ve Büyük Şehir Belediye Başkanlarına karşı uygulanan bu ‘küçük esnaf’ faaliyeti yüzde 99 oranında başarılı oluyor. Çok satan, çok izlenen bu basın yayın kuruluşları aslında sizden reklam istiyor! Mesajı alıp gazetenin nedense çok ünlü olan ama 50 yıllık kariyeri boyunca yazdığı bir satırı bile hatırlanmayan gereksiz yazarlarından 8-10 kişiyi şehrinize davet ediyorsunuz. Yedikleri içtikleri, kaldıkları lüks oteller ve bütün fantezilerini karşılıyorsunuz. Şehrin görülesi bütün mekanlarını, müzelerini, caddelerini sokaklarını, ilçelerini, doğal ve turistik alanlarını büyük bir ihtimamla gezdiriyor, bütün ihtiyaçlarını karşılıyorsunuz.

Bu ünlü gazeteci kılıflı esnaf havaalanında karşılandığı gün yazılarını gazete merkezine göndermeye başlıyor. 2 yıl önce geldiği günle (geldiği tartışılır) bugün arasında inanılmaz farklar olduğunu, Başkan’ın şehri adeta yeniden yarattığından bahsederek gördüklerini her gün aktaracağını belirtiyor. Her gün yiyip-içip her anlamda her şeyin tadına baktıktan sonra da dediğini yapıyor!

Bu on gün sona erip İstanbul’a döndüğünde de yazmaya devam ediyor. O daha evine dönmeden adresine kargolanmış yöresel ürünler hem kendisinin hem ailesinin bir süre daha mutlu olması için yeterli! Hele hele İBAN hesabında bir hareketlilik olmuşsa aylar sürecektir bir cicim ayı başlıyor. Bu bireysel büyük yazar ‘küçük esnafın’ yaşadığı mutluluk. Ama asıl mutluluğu gazete-TV yönetimi yaşıyor. Bu tarihten sonra Büyük Şehir ve Başkanı hakkında yapılacak her haber reklam ücretine tabidir ve şehrin tanıtımına yönelik her içerik faturalandırılacaktır!

Yıl boyunca ticari veya siyasi maksatlı yüzlerce içerik üretilir. Bu içerik karşılığında milyonlarca liralık fatura kesilir. Ama bu kadar yetmez! On binlerce adet gazete aboneliği, Büyük Şehir Belediyesinin kültürel faaliyet kapsamında dağıtacağı gazete yazarlarının kitap ve eserleri, basın bülteni, reklam anlaşması Belediyenin kitaplarının yayın ve dağıtım anlaşması da yapılır. Belediye Başkanı başından bir belayı defettiği için huzurludur. Gazete patronu küçük bir numarayla maliyetsiz şekilde kazandığı milyonlar için avucunu ovuşturmaktadır. Bu alış-veriş bir yıl süreyle tarafları sakinleştirir.

Bir yıl sonra eğer belediye başkanı bu yüksek maliyetten kaçınmak isterse aynı grup gazete ve televizyonlarında tezvira yeniden başlar. Yine bütün iletişim kanalları yüzüne kapanır birkaç gün sonra anlaşma tekrarlanmak zorunda kalır. Kiralık ünlü gazeteciler yeniden şehre gelir ve bir yıl içinde şehrin çehresinin ne kadar değiştiğinden bahsederek konuya girerler. Bu süreç Belediye başkanının siyasi ömrü boyunca bu şekilde devam edecektir. Bu kumpasa direnmeye çalışan istisna da olsa Belediye Başkanları elbette çıkar. Onlar da ilk fırsatta tasfiye edilerek yerine uyumlu/münasip tipler getirilir. Bu model iktidar belediyeleri için de muhalefet belediyeleri için de bu şekilde sürdürülür.

İl belediyelerinde ve orta ölçekli büyükşehirlerde ikinci bir tırtıklama modeli daha vardır. Pastanın büyüğünü elbette ulusal yayın yapan holdingler toplar ama onların artıklarını da yerel de ‘küçük esnaf’lık yapan gazeteci-televizyoncu olduğunu zanneden kifayetsiz muhterisler temizler! Onların hesabı daha küçük ve maliyeti kişilikleri kadar ucuzdur. 300 abonesi bile olmayan 2 yaprak gazetelerine Büyükşehir belediyesinden alacakları ilanlar için çullanırlar. Eğer ilan rakip gazeteye verilmişse veya bir broşür, bülten kitapçık rakip gazetenin matbaasında basılmışsa gazeteler de haberler başlar. TV’lerinin uyduruk akşam haberlerinde bel altı yorumlar yayınlanır. Belediye Meclis toplantısı yayın ihalesini rakip televizyon kanalı kazanmıştır. Sokak afişlerinin basılması ve billboardlara dağıtımı başka bir firma üzerine ihale edilmiştir! Belediye Başkanı bu paçoza önceleri direnir ama bir süre sonra bu ahlaksızlıkla baş edemeyeceğini düşünerek ilk ihalede bu gazete ve televizyona da alan açar. Böylece ilişkiler düzelir ve yılın geri kalan aylarında Belediye Başkanının ne kadar başarılı olduğuna dair içerikler üretilir. Yeni yıl geldiğinde basın-yayın-reklam ihaleleri bu şekilde devam ederse sorun kalmaz!

Ama sadece bu kadar yeterli değildir. Çünkü alışmış kudurmuştan beterdir ve ‘küçük esnaf’ olmak gerçekten küçük bir şeydir. Küçük gazeteci- küçük televizyoncu 10 Ocak gününü (çalışan gazeteciler günü) evinde geçirir! Yolu kargocuyu gözler. Öğleden sonra hala gelmemişse kargo firmasının arar ve adına kargo olup olmadığını araştırır. Akşam olup kargo yine gelmemişse bilgisayarının başına geçer ve yazısını döşer. Belediye Başkanı ‘küçük esnaf’ımıza son model dizüstü bilgisayarı hediye etmemiştir. Eğer geçen yıl hediye etmişse bu kez son model bir ayfon ve akıllı saat beklemektedir. Birkaç gün üst üste belediye faaliyetlerini sert biçimde eleştirir ve belediye başkanına saldırır. Belediye başkanı mesajı alır ve 10 Ocak Çalışan Gazeteciler Gününü kutlayan bir kart göndererek diz üstü bilgisayarını veya son model telefonunu kargoyla ulaştırır. Tabi ki sorun kargodaki gecikmeden kaynaklanmıştır!

Bu durum sadece Belediye Başkanları ve siyasetçilerin karşılaştığı bir arıza değildir. Üniversite rektörlüklerinden gayri meşru taleplerini temin edemeyen gazeteci kılıklı tipler önce üniversite hakkında yalan yanlış haberler yapar. Birkaç gün sonra rektörün beceriksizlikleri manşetlere taşınır. Oysa olan bir ilan ihalesinin veya bir reklam anlaşmasının başka bir firmaya ihale edilmesinden ibarettir. Bazen bir eş dost akrabanın üniversite kadrosuna alınmaması ve/veya görevden alınan bir tanıdığın ricası ile de ‘küçük esnaf’ meziyetleri sergilenir.

Bu o kadar sırtıcı bir durumdur ki ‘küçük esnaf’ basın ilan kurumundan ilan alabilmek için şehrin iktidar partisi milletvekiline şirinlik yapar. Güzel haberler, sevimli manşetler atar. Önümüzdeki seçimde alacağı reklam ve tanıtım ücretleri heyecanlanması için yeterlidir. Hiç sevmese de bölgenin siyasetçileri için de bu tavrını sürdürür. Rektörlük veya rektörler bu küçük numaraya karşılık vermezse ikinci aşamaya geçilir. Cumhurbaşkanı iyi ama etrafı kötü modudur bu. İlk bakışta siyasetçi durumdan memnun olur. Bölgenin Bakanı ve hükümet için de sorun yoktur. Sonuçta kötü olan kendisi değil atadığı bürokratıdır.

Başka bürokratlar, il müdürleri vb. içinde sistem bu şekilde işler. İyi siyasetçi bu numaraları yemez ömrü kısa kötü siyasetçi durumdan vazife çıkarır. Sessiz kalmasının kendisine menfaat sağlayacağını düşünür. Sonuçta bir süre sonra kuyruğuna teneke bağlanarak tasfiye edilir!

Gazetecilik mesleğinin 4. Kuvvet gibi şaşalı bir biçimde anlatılmasının, pazarlanmasının sebebi, bir denetim mekanizması, hakikatin ortaya çıkarılması ve toplumun biçimlendirilmesinden ziyade siyaset ve menfaat ilişkilerini yönetebilme gücünden kaynaklanır. Bu sadece ülke için değil bütün uluslar üstü büyük veya küçük medya organları için kesin bir hakikattir. Hiçbir pazarlama tekniği, hiçbir maddi büyüklük ve uluslarüstü tanınırlık medya sektörünün bir 'küçük esnaf'¹ organizasyonu olduğu gerçeğini değiştiremez. Gazetecilerin veya televizyoncuların mesleki dayanışma romantizmiyle sergilediği ahlaksız tutum da diploma sevgisi nedeniyle sergilediği gayri hakiki davranışlar da bu gerçeği değiştiremez.

Cyrano de BERGERAC