

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

Rolf Dobelli

Dijital Yaşamla Başa Çıkma Sanatı

Haberlerden uzak durmanın
ve bilgi akışına hâkim olmanın
yolları



“İnanılmaz bir kitap! Bu kitap sayesinde dijital haber mecralarıyla ilişkimizi kesip oradan kazandığımız zamanın keyfini çıkaracağız.”

Luzerner Rundschau

“Dobelli’nin kitaplarında dünyaya ve gündelik yaşama dair sorunlar, çözülmüş bir bulmaca netliğinde açıklanıyor.”

Die Zeit Schweiz

“Vücut için çok fazla şeker, zihin için de çok fazla haber ne midir? Zehir. Bu görüşteki Dobelli haber okuma alışkanlığından kurtulmak için bir detoks kürü öneriyor. Bu kitap radikal ama akıllıca argümanlar ve öneriler içeriyor.”

Hörzu

“Bu kitapta klasik tavsiyeler bulmayı bekliyorsanız, hayal kırıklığına uğrayacaksınız. Dobelli bunların çok ötesine geçiyor. Hem kendiniz okuyun hem de başkalarına hediye edin.”

Der Radiologe

“İsviçreli yazar Rolf Dobelli’nin kitapları insanı bilinçlendirmekle kalmıyor, gerçekten mutlu ediyor. Bunun nedeni de kolay anlaşılır, iyi düşünülmüş, bilgece tavsiyeleri.”

Tagesspiegel

Pegasus Yayınları: 2517

Dijital Yaşamla Başa Çıkma Sanatı

Rolf Dobelli

Özgün Adı: Die Kunst des digitalen Lebens: Wie Sie auf News
verzichten und die Informationsflut meistern

Yayın Koordinatörü: Yusuf Tan

Editör: Ecem Aycan Öztöpler

Düzeltili: Halûk Kürşad Kopuzlu

Sayfa Tasarımı: Ezgi Gültekin

Kapak Uygulama: Pınar Yıldız

Baskı-Cilt: Alioğlu Matbaacılık

Sertifika No: 45121

Orta Mah. Fatin Rüştü Sok. No: 1/3-A

Bayrampaşa/İstanbul

Tel: 0212 612 95 59

1. Baskı: İstanbul, Mayıs 2022

ISBN: 978-625-410-112-0

Türkçe Yayın Hakları © PEGASUS YAYINLARI, 2022

Copyright © Piper Verlag GmbH, München, 2019

İllüstrasyonlar: El Bocho

Bu eserin Türkçe yayın hakları Piper Verlag ve
ONK Ajans Fikir ve Sanat Eserleri A.Ş. aracılığıyla alınmıştır.

Tüm hakları saklıdır. Bu kitapta yer alan fotoğraf/resim ve metinler
Pegasus Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti.'den izin alınmadan fotokopi dâhil,
optik, elektronik ya da mekanik herhangi bir yolla kopyalanamaz,
çoğaltılamaz, basılamaz, yayımlanamaz.

Yayıncı Sertifika No: 45118

Pegasus Yayıncılık Tic. San. Ltd. Şti.

Gümüşsuyu Mah. Osmanlı Sk. Alara Han

No: 11/9 Taksim / İSTANBUL

Tel: 0212 244 23 50 (pbx) Faks: 0212 244 23 46

www.pegasusyayinlari.com / info@pegasusyayinlari.com



[pegasusyayinlari](https://www.facebook.com/pegasusyayinlari)



[pegasusyayinevi](https://twitter.com/pegasusyayinevi)



[pegasusyayinlari](https://www.instagram.com/pegasusyayinlari)



[Pegasus Yayınları](https://www.youtube.com/PegasusYayinlari)

Rolf Dobelli

DİJİTAL YAŞAMLA BAŞA ÇIKMA SANATI

Haberlerden uzak durmanın ve
bilgi akışına hâkim olmanın yolları

İllüstrasyonlar: El Bocho

Almancadan çeviren:
Anıl Alacaoğlu

PEGASUS YAYINLARI

Haber tüketimini benden çok daha önce bırakan eşim Sabine'ye ve neyse ki bunun için henüz çok küçük olan ikizlerimiz Numa ve Avi'ye.

İÇİNDEKİLER

İğne Düşse Duyulurdu	11
1 Haber Okumaktan Nasıl Vazgeçtim - 1. Kısım	15
2 Haber Okumaktan Nasıl Vazgeçtim - 2. Kısım	19
3 Vücut için Şeker Ne ise Zihin için de Haber Odur	23
4 Radikal Bir Haber Perhizi	27
5 30 Günlük Plan	31
6 Hafif Haber Perhizi	35
7 Haberler Önemsizdir - 1. Kısım	41
8 Haberler Önemsizdir - 2. Kısım	47
9 Haberler Sizin Yeterlilik Çemberinizde Değildir	53
10 Haberler Tehlikeleri Yanlış Değerlendirir	59
11 Haberler Zaman Kaybıdır	65
12 Haberler Anlayışı Kısıtlar	71
13 Haberler Vücuda Zararlıdır	77
14 Haberler Yanılgılarımızı Doğrular	83
15 Haberler <i>Geri Görüş Önyargısını</i> Güçlendirir	89

16	Haberler <i>Mevcut Olana Eğilimi</i> Artırır	95
17	Haberler Fikir Volkanınızı Kabartır	101
18	Haberler Düşünmeyi Engeller	107
19	Haberler Beynimizi Değiştirir	113
20	Haberler <i>Sahte Şöhret</i> Yaratır	119
21	Haberler İtibarımızı Zedeler	125
22	Haberler Bizi Pasif Hale Getirir	131
23	Haberler Gazeteciler Tarafından Yapılır	137
24	Haberler Manipüle Eder	143
25	Haberler Yaratıcılığı Öldürür	149
26	Haberler Saçmalıkları Destekler – Sturgeon Yasası	155
27	Haberler Bizde Empati Yanılsaması Yaratır	161
28	Haberler Terörü Teşvik Eder	167

29	Haberler İç Huzurumuzu Bozar	173
30	İkna Olmadınız Mı?	179
31	Peki Ya Demokrasi? – 1. Kısım	183
32	Peki Ya Demokrasi? – 2. Kısım	187
33	Haber Yemeği	191
34	Haberlerin Geleceği	195
35	Nasıl Bir His	199
Sonsöz ve Teşekkürler		203
Sorumluluk Reddi		205
İllüstratör		207
Ekler		209

İĞNE DÜŞSE DUYULURDU

12 Nisan 2013'te, *The Guardian* gazetesinin editörü, o sıralarda çıkan kitabım *Doğru Düşünme Sanatı*'nın İngilizce çevirisini tanıtmam için beni davet etti. Her hafta bir yazar yeni kitabını kısaca tanıtabiliyordu ve o hafta bu onur bana verilmişti. Yayın yönetmeni Alan Rusbridger bütün ekibi çağırmıştı. Oda yavaş yavaş doluyordu. Yaklaşık elli gazeteci ellerinde sabah kahveleriyle kendi aralarında fısıldaşıyor, Rusbridger'ın, İngiltere'de hiç tanınmayan bu adamın kim olduğunu açıklamasını bekliyorlardı. Karım yanımdaydı. Gerginliğime hâkim olmak için elini sıkı sıkı tutuyordum. Dünya çapında önde gelen bir gazetenin en parlak zihinleri orada toplanmıştı, ben de içlerinden biri kitabım hakkında bir yazı yazar umuduyla bilişsel bilimler dünyasından çıkardığım birkaç özeti en iyi şekilde sunmak için tek seferlik bir hak kazanmıştım. Rusbridger boğazını temizledikten sonra kuru bir sesle şöyle dedi: "Az önce internet sitenize girdim ve sizin cüretkâr bir makalenizi gördüm. Ondan bahsedin, yeni kitabınızdan *değil*."

Ben buna hazırlıklı değildim. Dilimin ucunda *Doğru Düşünme Sanatı*'na dair çalışılmış, güzelce kurulmuş ve ikna edici olduklarını umduğum cümleler vardı; en makul şekilde *Guardian*'a çıkan yolu açacaklardı. Cümlelerimin hepsini yuttum. Rusbridger'in internet sitemde gördüğü makalede, tam da tüm dünyada saygı gören bu profesyonellerin her gün ürettikleri şeyin tüketilmesine karşı olan güçlü argümanlar sıralanıyordu: haberlere karşı. Gönülsüzce anlatmaya başladım, koca bir sektörün en sevilen ürününden uzak durulmasına dair nedenleri bir bir saydım. Artık etrafım iyi niyetli elli insanla değil, elli düşmanla çevriliydi. Olabildiğince sakın kalmaya, bakışlarının çapraz ateşine dayanmaya çalıştım. Yirmi dakika sonra argümanlarımı bitirip konuşmayı şu cümleyle kapattım: "Dürüst olalım: Sizin burada sağladığınız şey, bayanlar baylar, aslında yalnızca eğlence."

Sessizlik oldu. İğne düşse duyulurdu. Rusbridger gözlerini kısıp etrafına baktı, "Dobelli'nin argümanlarını yayımlayalım. Hemen bugün," dedi. Arkasına dönüp vedalaşmadan odadan çıktı. Gazeteciler de peşinden gitti. Hiçbiri bana bakmadı. Hiçbiri tek kelime olsun benimle konuşmadı.

Dört saat sonra makalemin kısa bir versiyonu *Guardian*'ın internet sitesindeydi. Çok kısa bir süre içerisinde dört yüz elli okur yorumu almıştı, yani teknik olarak maksimum sayıda. "Haberler size iyi gelmez" başlıklı makale çelişkili bir şekilde yılın en çok okunan gazete makalelerinden biri olmuştu.

Elinizde tuttuğunuz bu kısa kitap ise işte bu “cüret-kâr” makaleye dayanıyor. Ama elbette daha fazlası da var: Haber tüketimine karşı daha çok argüman, haberlerin üzerimizdeki etkisiyle ilgili daha çok araştırma ve haber bağımlılığımızı nasıl kontrol altına alıp üstesinden nasıl geleceğimize dair daha fazla ipucu bulunuyor. Haberler dijitalleşme sayesinde zararsız bir eğlence aracından, sağlıklı insan aklına yöneltilmiş bir kitle imha silahına dönüştü. Bu tehlikenin bertaraf edilmesi gerek.

Bana göre şu çok önemli: Haber tüketimini kısıtlamak demek acı verici bir feragatte bulunmak anlamına gelmiyor. Tam tersine, çok kıymetli bir lütuftur – daha çok zaman ve asıl neyin önemli olduğunu, bizi neyin mutlu ettiğini anlamak için yeni bir bakış açısı edinmek demek.

Hiçbir şeyi unutmamak adına kitapların üst üste iki kez okunması gerektiği için size ikinci turda kolaylık sağladım: İkinci okuyuşunuzda sadece “Temel Mesaj” bölümlerine göz atın. İyi okumalar!

Rolf Dobelli, Nisan 2019

HABER OKUMAKTAN NASIL VAZGEÇTİM - 1. KISIM

“Merhaba, benim adım Rolf ve bir haber bağımlısıyım.” Alkolikler için olduğu gibi, haber bağımlıları için de destek grupları olsa bu cümleyle aralarına katılır, anlaşılmayı beklerdim. Bu düşüncemin üstünden on yıldan fazla zaman geçti.

Her şey çok normal başlamıştı. Harika bir orta sınıf ailede doğmuştum; eğer 1970’lerde siz de çocuk idiyseniz tanıdık bulacağınız geleneksel haber rutiniyle büyümüştüm. Her iş günü 06.30’da kuryenin gazeteyi posta kutusuna bıraktığını duyuyordum. Çok geçmeden annem kapıyı açıyor, ustaca bir el hareketiyle dışarıya doğru bir adım bile atmadan gazeteyi kutudan çekip alıyordu. Mutfğa giderken gazeteyi ikiye bölüyor, bir kısmını babama verip (hangisi olacağına annem karar veriyordu) diğer kısmını da kendine ayırıyordu. Hep birlikte kahvaltımızı ederken annemle babam gazetenin sayfalarını çeviriyor, sonra gazeteleri değiştirip kaldıkları yerden devam ediyorlardı. Saat tam 07.00’de hepimiz İsviçre radyosu DRS’nin ha-

berlerini dinliyorduk. Hemen ardından babam işe gitmek üzere yola çıkıyordu, biz çocuklar da okula gidiyorduk. Saat 12.00'de bütün aile öğle yemeğinde buluşuyorduk. Öğle yemeğinden sonra, yani 12.30'da sessiz olmamız gerekiyordu çünkü radyoda haber zamanıydı. Aynı şekilde akşam 18.30'da da. Sonra 19.30'da akşamın doruk noktası başlıyordu: İsviçre televizyonunda akşam haberleri.

Kahvaltıda krem çikolata neyse haberler de benim hayatımda oydu. Ama o zamanlar bile bunda bir terslik olduğunu hissediyordum. Gazetenin her gün aynı kalınlıkta, aynı dolulukta olması beni şaşırtıyordu. Anne babamın abone olduğu yerel gazete (*Luzerner Neuste Nachrichten*) bir sayfalık yurt dışı, bir sayfalık ekonomi, iki sayfalık Luzern haberleri gibi kısımlardan oluşuyordu. Fakat bir önceki gün az ya da çok şey olmuş olmasının hiçbir önemi yoktu. O zamanlar İsviçre'de henüz pazar gazetesi çıkmıyordu. Pazartesi gazetesiye iki günün -cumartesi ve pazar- haberlerini içermesine rağmen aynı kalınlıktaydı (otuz altı sayfa). Nedense bunu tuhaf bulmuştum. Ama bu yalnızca gazete için geçerli değildi. Akşam haberleri de hep aynı uzunluktaydı. Bunu da garip bulurdum. Çünkü bu, şu anlama geliyordu: Olaysız bir günde önemli sayılan ve haberlerde yer bulan şey, olaylı başka bir günde mecburen önemsiz sayılıyordu. "Başka yolu yok," diye düşündüm ve daha fazla üzerinde durmadım.

Yıllar geçtikçe doymak bilmez bir gazete okuru olup çıktım. Dünyanın her yerinden haberlere duyduğum bu açlık, on yedi yaşındayken doruk noktasına ulaştı. O gün-

lerde elime geçen her gazeteye baştan sona göz atıyordum. Yalnızca spor sayfalarına dokunmuyordum. Arkadaşlarım ormanda, futbol sahasında, maket uçaklarıyla ya da kızlarla vakit geçirirken ben bütün bir cumartesiği Luzern Kütüphanesi'nin okuma salonunda geçiriyordum. Gazetelerin sırtı, kopan sayfalar dağılmasın ve gazeteler bir askıya asılabilsin diye tahtadan bir çubuğun içine kısıtılmıştı. Gazetelerin birçoğu o kadar büyük, kapsamlıydı ve tahta çubuk da o kadar uzun ve ağırdı ki okuma koltuklarından birinde oturunca insanın kısa sürede bileği ağrıyordu. Ben de devasa çalışma masasının başına oturuyor, sunakta duran Kutsal Kitap'ın sayfalarını çeviren bir rahip gibi gazetelerin sayfalarına göz atıyordum - rahipten farklı olarak benim gazetenin en üst köşesindeki haberi okumak için her seferinde ayağa kalkmam ve masaya doğru eğilmem gerekiyordu.

Her gün aynı saatte, takım elbiseli ve kravatlı -koyu muhafazakâr Luzern'de hafta sonu bile böyle giyinilirdi- aynı yaşlı adamların (neredeyse hiç kadın gelmezdi) aynı şekilde gazete okuduklarını gözlemlemiştim. Kemik çerçeveli gözlükleri olan bu adamlar bende son derece zeki oldukları izlenimini bırakıyorlardı, ben de büyüyünce bu kadar zeki ve bilgili gözükme istiyordum. Hatta gazete okurken kendimi de onlar gibi görüyordum. Kendimi bilgili, günlük yaşamın önemsiz şeylerinden etkilenmemiş ve son derece entelektüel biri sanıyordum: tokalaşan devlet başkanları, doğal felaketler, darbe teşebbüsleri. Burası

kocaman bir dünyaydı, gerçekten önemli olan dünya; ben de kendimi o dünyanın içinde hissediyordum.

Üniversite zamanı haber tüketimi arka plana kaydı çünkü biz öğrencilerin okuması gereken bir sürü kitap vardı. Fakat üniversiteden sonra bulduğum ilk işle beraber haber tutkum da geri döndü. Swissair'in finans sorumlusu olarak neredeyse her gün bir uçağa biniyordum. Hostes elinde bir gazete yığısıyla geldiğinde hepsinden hemen birer tane kapıyordum. Uçuş sırasında "bitiremediğim" gazeteleri, dünya haberlerini daha sonra otel odasında okumak üzere dosya çantama tıkıyordum (bugün yalnızca ucuz polisiyelerde, deste deste dolarların taşınmasında kullanılan, iki yanında şifreli kilit olan dikdörtgen bir çantaydı). Uluslararası gazeteler ve dergiler de okuyacaklarım arasında olduğu için düpedüz heyecanlanıyordum. Kendimi her gün dünyanın bütün yüzlerini inceleyecek güce sahipmiş gibi hissediyordum. Mutluydum.

HABER OKUMAKTAN NASIL VAZGEÇTİM - 2. KISIM

Haberleriyle beni cezbedenler yalnızca gazeteler, dergiler, televizyon ve radyo değildi tabii. 1990'lı yıllarda internet geldi ve aniden öğrenilecek çok şey, hayır, her şey söz konusu oldu: dünyanın her yerinden kapsamlı, anlık ve ücretsiz haberler. İlk ekran koruyucumu hatırlıyorum; uçuşup duran sıkıcı üçgenlerden değil, güncel manşetlerden oluşuyordu. Adı PointCast'ti ve ben bu dâhiyane ekran koruyucusunun karşısında saatlerce oturuyordum: Manhattan'daki Times Meydanı'nda olduğu gibi sürekli manşetler geçiyordu, hem de kendi ekranımdan! Aynı sıralarda büyük gazete ve dergiler, daha sonra da yerel gazeteler internet sitelerini kurdu. Haberler artık oku oku bitmiyordu, bitirmek mümkün değildi. Manşetleri henüz okunmamış bir gazete hep kalıyordu. Bu arada diğerleri de yenilenip duruyorlardı.

İkinci ve üçüncü nesil internet tarayıcılarında RSS kullanmak ve anlık haber bildirimleri almak mümkündü. Hepsine abone oldum. Gazeteler günlük haber bülten-

leri sunuyorlardı. Onlara da abone oldum. Sonra haber podcast'leri çıktı. Sormaya bile gerek yok: Bunu da kaçıramazdım elbette. Zamanın nabzını tutuyor gibiydim, heyecanlıyım, uyuşmuştum, sarhoştum. Alkol gibiydi. Ama bunun insanı aptallaştırmadığını, tam tersine daha zeki yaptığını düşünüyordum.

Oysa haberler alkol kadar *tehlikelidir*. Hatta daha tehlikelidir çünkü alkolik olduğunuzda aşmanız gereken engeller daha yüksektir. Daha doğrusu alkolde engeller sıfırdan büyüktür, haberlerdeyse sıfırın altında yer alıyor. Alkol satın almak için uğraşmanız gerekir, size zamana ve paraya mal olur. Alkol ücretsiz kapınıza teslim edilmez. Üstelik gerçekten bir alkolikseniz ve (hâlâ) bir ilişkiniz varsa şişeleri saklamanız, boş şişelerden mümkün olduğunca çabuk kurtulmanız gerekir. Bu da külfet demektir. Ama haberlerde böyle bir külfetle karşılaşmazsınız. Haberler her yerdedir, çok büyük bir kısmı ücretsizdir ve otomatik olarak bilincinize sızarlar. Depolamak zorunda kalmazsınız, atılacak bir çöp de çıkmaz. Bu “namevcut engeller” yüzünden haberler çok sinsidir. Ama ben bunu ancak çok sonra, haber okuyarak on binlerce saat geçirdikten sonra şu iki soruyu sorduğumda fark ettim: Dünyayı şimdi daha mı iyi anlıyorsun? Diğeri de: Daha iyi kararlar mı alıyorsun? İkisinin de cevabı: hayır.

Buna rağmen bu ezici ve göz alıcı haber fırtınasına karşı hiç dinmeyen bir hayranlık besliyordum. Üstelik beni bariz şekilde sinir etmesine rağmen. İçinde bulunduğum gerçekliğe sürekli olarak haber kırıntıları fırlatılıyordu, uzun

metinleri bir kerede okumakta aniden zorlanır olmuştum. Sanki biri dikkatimi alıp küçücük parçalara bölmüştü. Bir daha asla düzeltmeyeceğim, bu parçaları bir daha asla bir araya getiremeyeceğim diye paniğe kapıldım. Haber tiyatrosundan yavaş yavaş uzaklaşmaya başladım. Gazete ve RSS aboneliklerinden çıktım, kendimi seçtiğim birkaç internet sitesiyle kısıtlamaya çalıştım (*NZZ, Spiegel, New York Times, Financial Times, Wall Street Journal*). Ama hâlâ çok fazlaydı. O yüzden azaltmaya devam ettim -beşten dörde, üçe, sonra iki kaynağa düşürdüm- ve haberlere günde en fazla üç kez bakmaya karar verdim. Bu da işe yaramadı. Ağaçlarda gezen bir maymun gibi o haberden bu habere atlıyor, çok geçmeden sonsuz haber cangılında kendimi kaybediyordum. Radikal bir çözüm gerekiyordu. Hem de acilen. Çözümü şöyle buldum: Haberleri bırak. Tamamen. Kökten. Derhal. Ve gördüm ki işe yarıyordu!

Kendimi haber bağımlılığından kurtarmam biraz zamanımı aldı, deneylere açık olmamı ve irade göstermemi gerektirdi. Her şeyden önce şu sorulara cevap aradım: Haber nedir? Niye bu kadar karşı konulmazdır? Haber tükettiğimizde beynimizde neler olur? Neden bu kadar bilgili olduğumuz halde çok az şey biliyoruz?

Haberleri kökten kesmek, arkadaşlarımdan birçoğu gazeteci olduğundan benim için iki kat zor oldu. Tanıdığım en zeki, en nüktedan ve en eğitilmiş insanlar onlardır. Hatta onlarda bundan daha fazlası da mevcut: Mesleklerini ağırlıklı olarak ahlaki nedenlerle seçmiş insanlardır: dünyayı biraz daha adil kılmak, iktidar sahiplerini gö-

zetim altında tutmak için. Aptalca olan, bugün öyle bir endüstrinin elindeler ki bu işin gerçek gazetecilikle artık pek bir ilgisi yok. Haber jonglörlüğünün içi boşaltıldı.

Artık “temizim”. 2010’dan beri hiç haber okumadan yaşıyor ve bu özgürlüğün etkilerini görüp hissediyorum; ilk elden tarif etmem gerekirse etkileri şöyle: daha yüksek bir yaşam kalitesi, daha doğru bir düşünce biçimi, daha değerli görüşler, daha az gerginlik, daha iyi kararlar ve daha çok zaman. 2010’dan beri hiçbir günlük gazeteye abone değilim; akşam haberlerini izlemiyor, radyo haberlerini dinlemiyor, kendimi çevrimiçi haberlere maruz bırakmıyorum. Kendimi denemek için çıktığım yol, bir yaşam felsefesine dönüştü. Haberlerden uzak durmanızı tertemiz bir vicdanla ve şiddetle tavsiye edebilirim. Daha iyi kararlar alacaksınız. Daha iyi bir yaşam süreceksiniz. Ve inanın, önemli hiçbir şeyi kaçırmayacaksınız.

VÜCUT İÇİN ŞEKER NE İSE ZİHİN İÇİN DE HABER ODUR

İngilizcesi *news* olan kelime tam olarak ne anlama gelir? En basit tanımıyla: “tüm dünyadan kısa haberler.” Avustralya’da bir otobüs kazası oldu. Guatemala’da deprem yaşandı. A devletinin başkanı B devletinin başkanıyla buluştu. C oyuncusu D’den ayrıldı. İtalya’da hükümet değişikliği gerçekleşti. Kuzey Kore roket fırlattı. Bir uygulama tüm rekorları kırdı. Texaslı bir adam beş kilo solucanı canlı canlı mideye indirdi. Dünya devi bir holding, CEO’sunu kovdu. Bir politikacı bir tweet attı. Yeni BM genel sekreteri seçildi. Bir adam büyükannesini bıçakladı. Nobel Ödülü adayları açıklandı. Bir barış anlaşması imzalandı. Bir köpekbalığı dalgıcın bacaklarını kopardı. Çin yeni bir uçak gemisi tasarlıyor. Rüşvet skandalı yaşandı. Avrupa Merkez Bankası gerilemeye karşı uyardı. G7, G8, G20, G87, G123 zirveleri yapıldı. Arjantin iflas etti. Bir iş insanı hapse girdi. Bir hükümet istifa etti. Darbe yapıldı. Bir gemi kazası vuku buldu. Dow Jones’un kapanış kuru şudur.

Gazeteciler bazen bu kısa haberlere havalı bir isim verip *Breaking News*, yani son dakika haberi ya da *Top World Headlines*, yani dünyadan öne çıkan başlıklar derler. Ama bu, haberlerin büyük bir kısmının sizin kişisel yaşamınız için önemli olmadığı gerçeğini değiştirmez. Evet, hatta rahatlıkla şu çıkarımı yapabilirsiniz: Ne kadar “*breaking*” ise o kadar önemsizdir.

Haberler –kitaplara kıyasla– yeni bir icattır. Bu format henüz üç yüz elli yaşındadır. İlk günlük gazete piyasaya 1650 yılında çıktı: Leipzig’de yayımlanan *Einkommende Zeitung*. Yirmi-otuz yıl sonra ise Avrupa’da yüzlerce günlük gazete basılır hale gelmişti. Haberler sonunda bir işe dönüşmüştü. Yayıncılar o günden sonra, okurun ilgisini çeken ve böylelikle gazetenin satışını destekleyen her şeyi “haber değeri var” olarak tanımlamaya başladılar – önemli ya da önemsiz olmasına hiç aldırmadan. Bu temel düzen –güncel olanın önemli diye satılması– bugüne dek hiç değişmedi. İster basılı gazete ister çevrimiçi haberler, sosyal medya haberleri, radyo ya da televizyonda akşam haberleri olsun, baskın model aynı kaldı.

Pişkinlik, atılganlık ve güncel olanı önemli diye sunan çığırtaçlıksa ilk gazeteden bu yana şiddetlenerek devam etti. İnternetin ve akıllı telefonların hayatımıza girdiği son yirmi yılda haber bağımlılığı tehlikeli bir saplantıya dönüştü. Artık haberlerden kaçılmıyor. Maruz kaldığımız haber seli hakkında bir kez daha düşünmenin tam zamanı. Haber tüketiminin etkilerini fark edip bir detoks tedavisine başlamamızın tam zamanı.

Haberlere karşı başvurmamız gerekenler uzun metinler: gazete ve dergilerde yer alan uzun makaleler, denemeler, röportajlar, belgeseller ve kitaplar. Bu içeriklerin birçoğu değerlidir ve olayların arka planlarına dair yeni bilgiler barındırır. Fakat dikkat: Bu formatlar da artık içeriğin önemli olduğunun garantisi değildir. Çoğunlukla reklamlarla finanse edilen medyada yer buldukları sürece haber değerlerinin, gerçek önemlerinden fazla olma riski var olmaya devam edecektir. Ben uzun bir gazete yazısının değerli mi, değersiz mi olduğu konusuna her seferinde kafa patlatmak istemediğim için gazeteden (basılı ya da çevrimiçi), radyo ve televizyondan tümüyle vazgeçtim. Zaten bu uzun ve nitelikli metinlerin birçoğu da gereksiz kısa haber yağmuruna tutuluyor. Başka bir deyişle: Sıklıkla bu boş haberlerle kirletiliyorlar. Ben de kirli kaynaklardan su içmekten hoşlanmıyorum. Kabul ediyorum, çok radikal bir yöntem bu. Bir sonraki bölümde de zehirli haberlerden kurtulmak için izleyebileceğiniz yöntemler göstereceğim.

Tartışma götürmez: Kısa kısa günlük haberlerle beslenmek tümüyle değersiz olmakla kalmamakla birlikte, aynı zamanda zararlıdır da. Son yirmi otuz yılda yanlış beslenmeden kaynaklanan bir sürü tehlikeyle karşılaştık: insülin direnci, aşırı kilo, iltihaplara ve halsizliğe eğilim. Bunların her biri vakitsiz bir ölümle sonuçlanabilir. Beslenme biçimimizi değiştirdik, şekerin baştan çıkaran cazibesine ve diğer basit karbonhidratlara direnmeyi öğrendik. Bugün haberler konusunda, şeker ve *fast food*

konusunda yirmi yıl önce bulunduğumuz yerdeyiz çünkü vücut için şeker neyse zihin için haberler de odur. Haberler iştah açıcı, kolay sindirilebilirdir ve aynı zamanda son derece zararlıdır. Medya bizi eğlenceli hikâyelerden oluşan küçük lokmalarla, bilgiye açlığımızı kesinlikle dindirmeyen lezzetli ısırıklarla besler. Kitaplardan ve iyi bir araştırmamanın ürünü olan uzun makalelerden farklı olarak haber tüketimi doygunluk hissi vermez. Sınırsız sayıda haberi mideye indirebiliriz – yine de onlar ucuz şekerlemeler olarak kalırlar. Yan etkilerini de –şekerde, alkolde, fast food’da ya da sigarada olduğu gibi– uzun vadede görürüz.

Sağlıklı beslenmenin vücut için önemli olması gibi, sağlıklı bir zihinsel beslenme de aynı derecede önemlidir. Bu manifesto, günlük haberlerin açık büfesine karşı bir duruş olarak yazılmıştır. Ayrıca bu kitabı sonuna kadar okumayı başarırsanız kendinizi şanslı sayabilirsiniz. Çünkü o zaman kısa haber tüketmekten dolayı odaklanma becerisini kaybetmiş haber bağımlılarından biri olmayacaksınız. O yüzden dayanın. Arınma terapileri her zaman çetin olur. Ama sonuca değer.

RADİKAL BİR HABER PERHİZİ

Sizi sarsarak uykunuzdan uyandırdım mı? Eğer cevabınız evetse, o zaman bu kısa kitabın geri kalanını okumayabilirsiniz. *Şimdi* yapmanız gereken şu: Haberleri hayatınızdan çıkarın. İlişğinizi kesin. Kökten. Haber portallarına erişimi kendiniz için olabildiğince zorlaştırın. Bütün gazete aboneliklerinizi iptal edin. Akıllı telefonunuzdaki ve tabletinizdeki haber uygulamalarını *hemen şimdi* silin. Televizyonunuzu satın (bunu da hemen şimdi yapın çünkü bekleme süresi çok uzadığında kimse televizyonunu satmaz). Tarayıcınızdaki okuma listelerinden ve yer işaretlerinden bütün haber sayfalarını çıkarın. Tarayıcınızın varsayılan sayfası olarak bir haber portalını seçmeyin. Bunun yerine hiç değişmeyen bir sayfa seçin; göze ne kadar batmazsa o kadar iyi. Benimki Vikipedi.

Seyahatlerinizde yanınızda hep yeterince iyi bir kitap bulundurun – basılı ya da elektronik formda. Tren istasyonunda ya da havaalanında otururken etrafta bir gazete görürseniz hiç dokunmayın. Sayfalarını karıştırmak size hiçbir şey sağlamaz. Gözlerinizi kasıtlı olarak

manşetlerden, daha verimli şeylere doğru kaçırın. Bir gazeteyi ya da dergiyi ne kadar baştan çıkarıcı olursa olsun olduğu yerde bırakın.

Havaalanlarında çoğunlukla ücretsiz düzinelerce derginin olduğu devasa stantlar olur. Önlerinden geçip gidin. Bu dergilerin birçoğu içeriksiz reklam broşürleridir. Salonda uçağınızı beklerken etrafa haber pompalayan ekranlardan uzakta bir yere oturun. *CNN*, *CNBC*, *FOX* ya da *Bloomberg*'de "durmadan konuşan gevezeler", beyninizin ihtiyaç duyduğu son şeydir. Siz en iyisi çalışın, bir kitap okuyun ya da huzur içinde havaalanındaki hareketliliği izleyip düşüncelerinizi kendi akışına bırakın.

Birçok havayolu şirketi tabletinize yüklemeniz için size ücretsiz gazeteler ve dergiler sunar (neden kitap ya da sesli kitap sunmazlar, hiçbir fikrim yok). Bundan uzak durun. İletişim araçları sadece okur istatistikleri çıkarmaya çalışır ki reklam alanlarını daha pahalıya satabilsin. Elbette hostes elinde bir gazete yığınıyla yanınıza geldiğinde onun teklifini de geri çevirin.

Bir otel odasına girdiğinizde çok büyük olasılıkla adınızın yer aldığı gürültülü bir ekranla karşılaşacaksınız. Baştan çıkıp kanallara şöyle bir göz atmaya başlamadan önce televizyonu kapatın. Hatta en iyisi fişini çekin - o zaman sessizliği garantilemiş olursunuz. Otel odalarının masalarında -aslında dizüstü bilgisayarınızı açıp huzurla çalışmak istediğiniz yerde- muhakkak bir yığın dergi duruyor olur. Bunlar da baştan sonra reklam broşürüdür. Onları dolaba atın. Maalesef bu süreci her gün tekrar

etmek zorundasınız çünkü görevine sadık otel görevlileri dergileri sürekli olarak dolaptan çıkaracak ve zaten küçücük olan çalışma alanınızı onlarla kaplayacaktır. Siz en iyisi otel dergilerini yatağın altına atın. Orada kısa sürede fark edilmezler. Elbette sabah kapınızın önüne bırakılmak üzere günlük bir gazete de sipariş etmeyin. Seyahat tavsiyeleri bu kadar.

Eğer “dünyadaki önemli hiçbir şeyi kaçırmama” yanılgısından kurtulamazsanız size önerim, *Economist*’in her hafta çıkardığı iki sayfalık “The world this week” özetine bakın. Size haftada beş dakikaya mal olur. Ben öyle yapıyorum. Hatta çoğu zaman bunu bile yapmıyorum.

En önemlisi: Dünyanın karmaşıklığını göstermekten korkmayan, bunu yapacak kaynakları olan kitapları ve dergileri okuyun. Benim için bunlar *The New Yorker*, *MIT Technology Review*, *Foreign Affairs* ve *Economist*’in bilim ekleridir. Yazar sayfaları da denen, yani çoğunlukla uzman insanların makalelerinin toplandığı dergi ve gazeteler de değerlidir. Yeni ve uzun bu yayınlara bir şans verin: *Krautreporter* (Almanya), *Die Republik* (İsviçre), *Der Correspondent* (Hollanda ve ABD), *Civil.co* (ABD) ve daha birçoğu. Dünya artık çok karmaşık bir yer. Haftada en az bir kitap okumaya çalışın. Dünya görüşünüz yirmi sayfanın ardından genişlemiyor, değişmiyorsa ya da kitap sizi başka bir açıdan etkilemiyorsa onu bir kenara bırakın. Ama iki sayfada bir yeni bir bilgiyle karşılaştığınız bir kitap bulursanız onu sonuna kadar okuyun. Hatta araya başka bir kitap almadan üst üste iki kez okuyun. İkinci

okuyuşunuzda kitabın etkisi ilk okumanın iki katı değil, tecrübelerime göre yaklaşık on katı olacaktır. İki kez okuma tavsiyesi elbette uzun makaleler için de geçerlidir.

Arada bir ders kitabı da denilen öğretici kitaplar okuyun. En iyi zihinsel besin budur. Bir ders kitabı lisans eğitimi kadar yoğun ve besleyicidir. Sizin de dünyayı anlamak için bir temele ihtiyacınız vardır. Öğretici kitaplar da tam olarak bunun içindir. Kulağa hiç seksi gelmiyor ama öyle. Biz sadece zaten anladığımız bir şeyle ilişkilendirebildiklerimizi anlayabiliyoruz.

Google'da arama yapmak tabii ki serbest! İnternet, birinci sınıf bilgi kaynaklarıyla dolu. Arama yaparken ara sıra bir haber sitesine denk geleceksiniz. Bu bir trajedi olmaz. Tek yapmanız gereken, dikkatinizi çekecek başka haber bildirimlerine bulaşmadan bu girdabın içinden çıkmaktır. Ne aradığınızı *sizin* belirlemeniz gerek. Yolu *sizin* saptamanız gerek. Haber sitelerinin zihninize hükmetmesine izin vermeyin.

Ben on yıldır sürekli olarak haberlerden kaçıyorum. Yaşam kalitem ve kararlarımın niteliği üzerindeki etkisi çok çarpıcı. Siz de deneyin. Hiçbir şey kaybetmezsiniz. Yalnızca kazanırsınız.

30 GÜNLÜK PLAN

Haber perhizinizin ilk haftası en fenası olacaktır. Haberlerden uzak durmak disiplin gerektirir. Başlarda her an dünyada kötü bir şey olacağını söyleyen, huzursuz edici bir beklentiyle yaşayacaksınız. İçiniz pır pır edecek, gergin olacaksınız çünkü bir sonraki felakete hazırlıksız yakalanacağınızı düşüneceksiniz. Diğer herkes avantajlıyken kendinizi dezavantajlı sanacaksınız. Kendinizi dışlanmış, hatta toplumdan izole edilmiş gibi hissedeceksiniz. Her saat en sevdiğiniz haber sitesine bakma isteğine kapılacaksınız. Bu isteğe karşı koyun. Radikal haber perhizi planınıza sadık kalın. Habersiz otuz gün geçirin. Kendinize şöyle deyin: “Otuz gün sonra eski yaşantıma dönmekte özgürüm. Ama otuz gün dayanacağım.” Neden otuz gün? Çünkü sakinleştiğinizi ve iç huzurunuzla kavuştuğunuzu ancak o zaman hissedeceksiniz. Çok fazla zamanınız olduğunu, daha konsantre olduğunuzu ve dünyayı daha iyi anladığınızı fark edeceksiniz.

Otuz gün önemli bir eşittir. Otuz günün sonunda haber perhizinize rağmen önemli olayları kaçırmadığınızı

ve sonrasında da kaçırmayacağınızı anlayacaksınız. Eğer bir bilgi önemliyse onu zaten kısa sürede öğreneceksiniz – mesleki branşınıza özgü yayınlardan, arkadaşlarınızdan, kayınvalidenizden ya da sohbet ettiğiniz başka birinden. Arkadaşlarınızla buluştuğunuzda dünyada önemli bir şey olup olmadığını sorun. Bu soru ideal bir sohbet başlangıcıdır. Cevap da çoğunlukla şöyle olur: “Aslında olmadı.”

Otuz gün sonra haberlerle kirletilmiş eski hayatınıza dönüp dönmeyeceğinize karar verebilirsiniz. Eğer döner de daha sonra bir kez daha haber diyetine koyulacak olursanız birinci basamağa geri dönmeniz, zor geçen ilk otuz güne bir kez daha katlanmanız gerekecek. Ama haber diyetini şahsen tavsiye ettiğim insanların çoğu bugüne dek diyetini bozmadı çünkü yeni yaşamlarının avantajları dezavantajlarından yüz kat fazla oldu.

İlk otuz günü, belki de bu kitabı okumadan önce başladığınız için arkanızda bıraktıysanız tebrikler. Böylece günde doksan dakika kazanmış oldunuz. Bu da haftada bir iş günü eder. Aşağı yukarı bir hesapla bile yılda bir aydan fazlası eder. Artık yıl nihayet yeniden on iki ay, on bir değil.

Kazandığınız zamanla ne yapacaksınız? Kitaplara ne dersiniz? Özellikle de uzmanların kaleme aldığı çok uzun dergi ve gazete makalelerine? Peki, internetteki birinci sınıf kurslara? Ücretsiz (ya da ücretli) birkaç kursu tamamlayabilirsiniz – üstelik birçoğu birinci sınıf kurslar: iTunes-University, Khan Academy, Udacity ve Academic Earth. Böylece dünyanın temelinde yatan mekanizmaları

anlayacaksınız. Dünyanın eniyle değil derinliğiyle ilgilinin. Gerçekten önemli olan ve yeterlilik çemberinize temas eden içeriklerle uğraşın. Yeterlilik çemberinin ne olduğuna 9. Bölüm’de daha yakından bakacağız. Şimdilik şu kadarı kâfi: Yeterlilik çemberi sizin bir konuda ortalamanın çok üstünde olduğunuz (ya da olmak üzere olduğunuz) alandır, kısacası uzmanlık alanınızdır.

Peki, enine boyuna düşünmeye ne dersiniz? Bill Gates Microsoft’un kuruluşundan beri yılda iki haftayı sadece düşünmeye ayırıyor: *think week* dediği şeye. Koca bir valizi kitaplarla ve bir yığın not defteriyle doldurup ıssız bir adaya kaçıyor. Siz de öyle yapın. Sonuçta artık fazladan iki haftanız var – hatta daha fazlası. Haber perhiziyle yılda dört hafta kazandınız. Ayrıca size ait bir adaya da gerek yok. İssız bir dağ kulübesi de aynı oranda iş görür.

Başka insanlara ve rakiplerinize karşı yetişilemez bir avantaja sahip olmanın tadını çıkaracaksınız (tabii onlar da perhize başlamazlarsa). Çünkü dünyada bir haber çıktığında anında herkesin bildiği bir bilgiye dönüşür. Ama siz: 1) doğru bağlantıları ve 2) herkesin *bilmediği* bağlantıları fark ederseniz bir avantajınız olur. Ve bu bağlantıları ancak yoğun bir düşünme süreciyle keşfedebilirsiniz.

Haber perhizinin ilk basamağını oluşturan ilk otuz günde haber tüketmemek için kendinizi kelimenin tam anlamıyla *zorlamanız* gerekir. Gerçi açıp bakmak isteyeceksiniz ama iradeniz daha güçlü olacaktır. Bir süre sonra da bu istek kaybolacaktır. Artık irade göstermenize çok

da gerek kalmayacak çünkü zaten haber okumak istemeyeceksiniz. Böylelikle ikinci basamağa ulaşacaksınız.

Üçüncü basamaktaysa haberlere karşı bir antipati geliştireceksiniz. Başınızı, büfelerin stantlarında ya da kamusal alanlardaki ekranlarda insanlara musallat olan gazete manşetlerinden başka bir yöne otomatik olarak çevireceksiniz. Üçüncü basamağa da ulaştıysanız bir kez daha tebrikler! Artık “temizsiniz” ve hayatınızı geri kazandınız.

HAFİF HABER PERHİZİ

Benim yöntemim size fazla radikal geldiyse size “hafif bir yöntem” önerebilirim. Bu da şöyledir: Bütün günlük gazetelerden (basılı ya da çevrimiçi), radyo ve televizyondan, bir de sosyal medyadaki haber akışından tamamen uzak durun. Onun yerine tek bir haftalık gazete (ya da dergi) okuyun. Sadece bir tane. İki ya da üç değil. Onu da çevrimiçi değil, basılı olarak okuyun – sebebi basit çünkü basılı gazeteler link içermez. Linkler iki sebepten dolayı sorunludur. Birincisi, her seferinde tıklayıp tıklamamaya karar vermeniz gerekir; bu da zamanınıza, konsantrasyonunuza ve iradenize mal olur. İkincisi, linke tıklarsanız asıl makaleden uzaklaşır, internetin enginliklerinde suda sürüklenen bir tahta parçası gibi kaybolursunuz.

Karar kıldığınız haftalık gazete ya da dergiyi bir kerede baştan sona gözden geçirin. Okumayı birkaç oturuşa ya da birkaç güne yaymayın. En iyisi kendinize bir zaman limiti koyun; mesela tüm gazete için altmış dakika diyelim. Sakince zamanlayıcıyı kurun. Böylece zararlı haberlerin beyniniz ve psikolojiniz üzerindeki etkisini

minimumu indirmiş olursunuz. Peki, nasıl gazeteler okuyacaksınız? En az çekici görünen ve çok küçük bir kısmı reklamla karşılanan gazeteleri. Ama dediğim gibi tek bir gazete seçin.

Bir sonraki adımda okumanızı baskı başına sabit bir makale sayısına indirgeyin. Benim arkadaşlarım sadece *Economist*'i ve sadece başmakaleleri okuyorlar (her seferinde "Liderler" başlığı altındaki beş makaleyi). Diğerleri de *Spiegel*'in başmakalelerini okuyup diğerlerine dokunmuyorlar. Bazıları da *Weltwoche* ya da *Zeit*'in editörlerinin yazdığı başyazıyla ya da *Financial Times*'in hafta sonu baskısındaki serbest kürsü sayfasıyla yetiniyor. En ideali, haftadan haftaya değişmeyen -ya da çok az değişen- ve içerikleri her zaman aynı sayfada bulunan bir format seçmenizdir.

Bu kısıtlayıcı seçim yüzünden önemli bir şeyi kaçıracağınızdan mı korkuyorsunuz? Sizi teskin edebilirim. Mesela her hafta *Spiegel*'in başmakalesini okursanız yılda elli iki makale okumuş olursunuz. Bu makalelerde de yıl içinde yaşanan bütün önemli olaylardan bahsedilir.

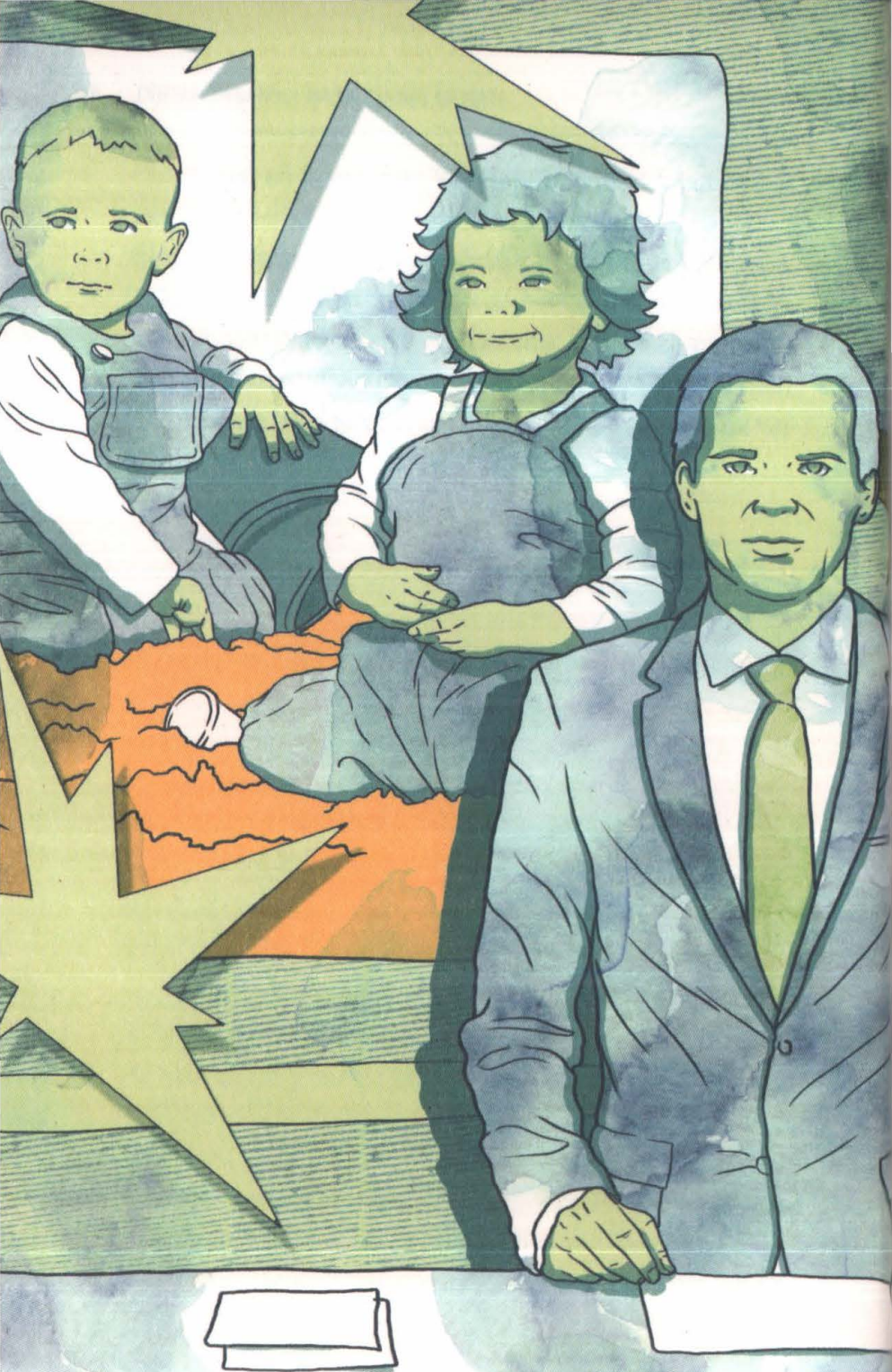
Birkaç ay boyunca bu "hafif yöntemi" izledikten sonra, muhtemelen "radikal" olan yönteme geçmeye hazır olursunuz. Bunun için size bir ara adım tavsiye edeceğim: Seçtiğiniz tek haftalık gazetenin ya da derginin yeni sayısı posta kutunuza geldiğinde onu okumadan bir çekmeceye kaldırın, o sırada en az bir aylık olan başka bir sayıyı okuyun. Arkadaşlarınızla konuştuğunuz önemli konulardan (Suriye savaşı, ticaret savaşı, Brexit ya da

her neyse) eski sayılarda da bahsedilmiştir. Eski sayıları okuyarak, haber girdabına yeniden kapılma riskini en aza indirirsiniz. Bu kişisel deney sayesinde önemli hiçbir şeyi kaçırmadığınızdan emin olabilirsiniz. Haberlerden kaçınma konusunda daha emin, daha sağlam durursunuz.

Yine de sizi uyarayım: “Hafif” haber perhizi, radikal olandan çok daha tehlikelidir çünkü haber rüzgârlarında yelkenliyle yol almanız daha zordur. Haber medyasının siren şarkıları daha gür, daha tatlı ve daha çekici olacaktır. Eğer kendinize güveniyorsanız –umarım öyledir– radikal olan yöntemi ilk başta deneyin: Haberlerden tamamen vazgeçin.

Peki, nüks yaşarsanız ne olacak? Ben de yaşadım: 2016 Trump seçiminde. Kendimi aniden seçim kampanyasının haber girdabında buldum. O zamanlar her gün *New York Times* ve *NZZ*’nin internet sitelerine giriyordum – haberlerin beni yalnızca sinirlendirdiğini ve doğal olarak elimden hiçbir şey gelmediğini fark edene dek. Çok geçmeden sonraki bölümlerde bahsedeceğim olumsuz etkileri hissetmeye başladım – gerginlik, mantık hatası, zaman kaybı. Üstelik amacımdan saptığım için de kendimi kötü hissediyordum. Yani dengem iki misli bozulmuştu. Tam dört hafta sonra haber musluğuunu yeniden kapattım. O halde nüks yaşarsanız ne yapacaksınız? Alkolikler arınma sürecinde nüks yaşadıklarında ne yapıyorlarsa onu: En baştan başlayacak, sıfır tolerans noktasına geri döneceksiniz. Elbette bu hem hafif hem de radikal haber diyeti için geçerlidir.

Şimdi bu kısa kitabı kapatabilir, haberlerden derhal vazgeçebilirsiniz; haber perhizinin vücudunuza, yani bey-ninize ne kadar iyi geldiğini kısa sürede fark edeceksiniz. Fakat cesaretlendirilmeye -ya da başka insanları da ikna edecek noktaya gelmeye- ihtiyacınız varsa o zaman oku-maya devam edin. Sizi haber tüketimine karşı bir argüman mühimmatı bekliyor. Sonuçta okumak için zamanınız var çünkü artık dikkatiniz dağılmıyor.



HABERLER ÖNEMSİZDİR

- 1. KISIM



Son iki ay içerisinde yaklaşık olarak yirmi bin kısa haberi silip süpürmüş olabilirsiniz – günde altmış kısa haberden iyimser bir hesapla. Dürüst olun: Hayatınız, aileniz, kariyeriniz, sağlığınız ya da işiniz konusunda daha iyi bir karar almanıza vesile olan bir tane haber söyleyin. O haberi görmüş olmasanız alamayacağınız bir karar. Bu soruyu sorduğum hiç kimse iki haberden fazlasını söyleyemedi – yirmi binde iki. Ne acınası bir önem oranı! Haber tüketmeyi bıraktığım son on yılı düşünecek olursam aklıma bana gerçekten yardımı olabilecek tek bir haber geliyor: Havaalanına gidiyordum ki İzlanda'daki volkan patlaması yüzünden uçuşun iptal edildiği duyuruldu. Eğer cep telefonu numaramı doğru verseydim ve havayolu şirketi bana kısa mesajla ulaşabilseydi bu haberi bile duymasam olurdu (bir de boşu boşuna havaalanına gitmemiş olurum).

Haberler, sizin hayatınızda gerçekten mühim olan şeyler karşısında önemsizdir. En iyi ihtimalle eğlenceli

olurlar ama onun dışında hiçbir faydaları yoktur. Bu düşünsel adımı atmak çok çaba gerektirir. Birçok insan da bunu ba aramaz.

Ama biz beklentinin aksine, gerçekten de yaşam kalitenizi yükselten bir haberle kar ıla tığınızı varsayalım – bu haber olmasa hayatınız kötüye gidecek olsun. Siz bu yer mantarını bulana kadar beyninizin kaç tane zehirli mantarı sindirmesi gerekecek?

Tabii ki bu noktada şöyle diyebilirsiniz: “Her şey bu kadar siyah beyaz değil. Bir orta yolu vardır, yani içerikler özenle seçilebilir. Sadece önemli olan haberler t k tilip diğerleri bir kenara bırakılabilir.” Kula a hoş geliyor ama bu bir i e yaramaz çünkü bir haberin öneminin önceden kestiremeyiz. Bir haberin okunmaya değer olup olmadığının anlayabilmek için önce okumamız, sonra da yine bütün açık b feyi denememiz gerekir.

En önemli haberlerin seçimini profesyonellere bırakabilir miyiz? Gazeteciler önemli olayları bulup çıkarmakta ne kadar başarılıdır? İlk internet tarayıcısı piyasaya 11 Kasım 1993’te çıktı – muhtemelen yirminci yüzyılın atom bombasından sonra en çok ses getiren icadı buydu. Tarayıcının adı neydi biliyor musunuz? “Mosaic.” Bilmiyorsanız sizin kabahatiniz değil çünkü haberlerde yer almadı bu. O günlerde Almanya’nın ak am haberlerinde bu icat değil, siyasi partilerin finansmanıyla ilgili bir reform yer alıyordu. İsrail Başbakanı Rabin’in Bill Clinton’ı ziyaretinden, Papa’nın zedelenen omuz ekleminden bahsediliyordu.

Demek istediğim, önemli olanı algılamamızı sağlayacak bir duyu organı ne gazetecilerde ne de biz tüketicilerde mevcuttur.

Medyanın ilgisi ile haberin önemi arasındaki ilişki bile ters: Bir haberden ne kadar bangır bangır söz ediliyorsa o kadar önemsizdir. Yıllar içinde şu kanıya vardım: Önemli olan olaylar çoğunlukla haberi *yapılmayanlardır!*

Önem son derece kişisel bir meseledir. Bunu ne devlet ne Papa ne amiriniz ne de terapistiniz tanımlayabilir. Ama önemli olan ile medyanın görüşünü de birbirine karıştırmayın. Medyanın gözünde, dikkat çekici olan her şey önemlidir. Bu hile, haber endüstrisinin çalışma prensibinin merkezini oluşturur. Bize önemli diye pazarladıkları önemsiz haberler sunarlar. “Önemli olan, güncel olana karşı” – günümüz insanının esas kavgası budur.

Akşam haberlerinin kişisel bir versiyonunu derlemem gerekse nasıl bir şey olurdu? İçeriğinde şunlar yer alırdı: Bir aile hakkında durum raporu: Çocuklar ne yaptı? İstekleri neler? Karımın istekleri neler? O gün aslında daha iyi yapabilecek olduğum şeylere bir bakış, yani bir tür gün değerlendirmesi. Teyzemin hastalığı hakkında bir durum bildirimi. Arkadaşlarımdan fiziksel ve ruhsal sağlığı. Oturduğum semtte planlanan, trafiği azaltmaya yönelik önemler hakkında bir güncelleme. Çöp imha planı. Mutfağın yenilenmesi projesi. Tatil planları. Bir araştırmacıyla e-posta üzerinden yazışmak. Bir sonraki romanımın taslakları. Yeni bir iş fikri. Öğle yemeğinde çok

keyif aldığım bir sohbetin analizi. Semtle, okulla, şehirle ilgili bir rapor, yani yerel, hayli yerel haberler. Planlanan ya da yürürlüğe konulan kanun değişiklikleri. Ve bir yazar olarak işim için ihtiyaç duyduğum diğer şeyler.

Benim “kişisel akşam haberlerim” başka insanları ilgilendirir miydi? Elbette hayır. Benim için önemli olan ile diğer insanlar için önemli olanın birbiriyle hiçbir ilgisi yok. Hele küresel haber menüsündeki şeylerle hiç mi hiç ilgisi yok. Yine de insanların birçoğu *dünyadan haberler* denen şeyin doğrudan önemli olduğunu varsayar. Bu bir yanılgıdır.

Haber kuruluşları, size bir rekabet üstünlüğü sağladıklarını öne sürerek sizi kandırmaya çalışıyor. Birçoğu da bu tuzağa düşüyor. Gerçekteyse haber tüketimi rekabet üstünlüğü değil, rekabet handikabıdır. Eğer haber tüketiminin gerçekten bir faydası olsaydı haberciler, gelir piramidinin en tepesinde olurlardı. Ama değiller, tam tersine. İnsanları neyin başarılı kıldığını tam olarak bilmiyoruz. Fakat başarıyı neyin engellediğini tam olarak biliyoruz. Haber oburluğu sugötürmez bir başarı katilidir.

Temel Mesaj

Önemli olanı algılamamızı sağlayacak bir duyu organı ne gazetecilerde ne de biz tüketicilerde mevcuttur. Haber medyasının size “önemli” diye pazarladığı şeyleri tüketmek yerine, kendi “kişisel akşam haberlerinizi” oluşturun.



HABERLER ÖNEMSİZDİR

- 2. KISIM

(BİR DÜŞÜNCE DENEYİ)



Yerküremizin çapının bu kadar olması tamamen tesadüftür. Dünyanın çapının iki kat büyük olduğunu varsayalım; yüzey alanı gerçekte olduğundan dört kat büyük olurdu. Aynı nüfus yoğunluğuyla gezegende dört kat fazla insan yaşardı. Elbette şehirler ve araziler bildiklerimizden çok da farklı olmazdı. Yaşamınız, sevgili okur, aynı şekilde devam ederdi (tamam, değişen yer çekimini şimdilik göz ardı edelim). Fakat bir şey şüphesiz farklı olurdu: haberler.

Büyük yerküredeki “önemli haberlerin” sayısı da bugünkü (küçük) yerküredekinden yaklaşık olarak dört kat fazla olurdu. Yani: en az dört kat fazla kahraman, psikopat, skandal, çöken köprü, müzik dehası, cinayet, zincirleme kaza, ünlü kişi, boşanma, volkan patlaması, tsunami, tweet, köpekbalgı saldırısı, terör tehdidi, bilgisayar virüsü, yıkılan baraj, ekolojik felaket, banka soygunu, silahlı çatışma, basın açıklaması, icat, firma kuruluşu ve iflası.

Elbette bazı haberler orantısal olarak artmazdı – “kazan hepsini alır” kuralının geçerli olduğu alanlarda. Tabii ki her yıl her uzmanlık alanı için yine bir Nobel Ödülü verilirdi, dört değil. Bir kişi dünyanın en zengin insanı olurdu, dört değil. Olimpiyatlarda gülle atma dalında altın madalyayı yine bir kişi alırdı, dört değil. Belki bugünkünden iki kat fazla araba markası, sosyal paylaşım ağı ve arama motoru olurdu ama dört kat değil. Buna karşılık diğer alanlardaki haberler *orantısızca* artardı: Nüfus dört kat fazla olduğunda faydalı işbirlikleri, skandallara sebep olan çatışmalar, şaşırtıcı firma ortaklıkları ve mahkeme kararları muhtemelen on katına çıkardı. Doğrudan uçuş bağlantıları ve finans sistemindeki istikrarsızlıklar çok daha fazla artardı. Fakat biz basit olması adına her şeyin dört kat olacağını düşünelim (sonuçta bu bir düşünce deneyi).

Dolayısıyla bugün tükettiğiniz haberlerin büyük kısmının önemli olduğunu iddia ediyorsanız mantıken dört kat büyük bir dünyada dört kat daha fazla “önemli” haber tüketmeniz gerekirdi. Bu işe günde doksan dakika yerine, altı saat ayırmak zorunda kalırdınız. Doğal olarak da böyle bir şey yapmazdınız. Haber tüketimini diğer günlük ihtiyaçlarınıza engel olmayacak bir seviyeye çekerdiniz; mesela, günde doksan dakikaya ki şu anda haber okuyarak geçirdiğimiz ortalama süre bu. Sonuçta bir işiniz, bir aileniz, arkadaşlarınız, bir ev hayvanınız ve hobileriniz vardır. Bu da sözde “kesinlikli önemli” olan haberleri dörtte bir oranında sınırlandırmaya kolayca razı

olacağınız anlamına gelir. Üstelik sizin için hiçbir sıkıntıya sebep olmaz, öyleyse soruyu tahmin edebilirsiniz: Düşünce deneyi sırasında haberlerden vazgeçmeye razıysanız, gerçek hayatta niye olmayasınız? Hiçbir haber, onsuz yaşayamayacağınız kadar önemli değildir.

Haberlerin ne kadarının önemli ne kadarının önemsiz olduğunu belirleyen genel bir sınır yoktur. Ama haber tüketiminizi kolayca yüzde yetmiş beş oranında azaltmaya –az önceki düşünce deneyinde olduğu gibi– razıysanız farklı koşullar altında yüzde doksan dokuzluk bir düşüşü de göze alabilirsiniz. O halde yüzde yüzlük bir adım en mantıklısıdır.

Yine de “önemli bir şeyi” kaçırmaktan mı korkuyorsunuz? Benim tecrübem şöyle: Gerçekten önemli bir şey olduğunda haberlere karşı korunaklı bir kozanın içinde bile yaşasanız ondan haberdar olursunuz. Bodrumunuzda bir boru patladıysa bunu dikkatli komşunuzdan öğrenebilirsiniz. Zaten gazetelere çok geç düşer. Eğer dünyanın bir yerlerinde teröristler bir otobüsü havaya uçurduysa onu da öğrenirsiniz. Aileniz, arkadaşlarınız ve iş arkadaşlarınız “büyük” olayları bildirme konusunda bütün haber kuruluşlarından daha güvenilirlerdir. Hatta bilgi alımının fazladan bir faydasını da görürsünüz: Çünkü arkadaşlarınızın önceliklerini ve dünya görüşünü, dolayısıyla haber tedarikçilerinizi nasıl değerlendirmeniz gerektiğini de bilirsiniz. Eğer otobüsteki bu patlamayı duymazsanız hiç sorun değil. Tam tersine. Mutlu olun. Muhtemelen başka

gezegenlerde de kötü şeyler oluyor ve bunlardan habersiz olmak bize kötü hissettirmiyor.

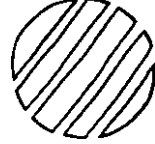
Gerçekten önemli olan olayları öğrenmenizin en iyi yolu güzel kitaplar okumaktır. Nihayetinde öğretici kitaplar çok fazla uzun, özenle tasarlanmış ve iyi araştırılmış makalelerden başka bir şey değildir. Elbette kitaplar olayların olduğu gün çıkmaz. Ama bu da hiç sorun değildir çünkü sizin için derhal öğrenilmesi gereken çok az olay vardır.

Temel Mesaj

Hiçbir haber, onsuz yaşayamayacağınız kadar önemli değildir. Tek bir iyi kitap hayatınız ve refahınız için sayısız haberden bin kat daha değerlidir.



HABERLER SİZİN YETERLİLİK ÇEMBERİNİZDE DEĞİLDİR



Önem sözcüğünden tam olarak ne anlıyoruz? İki tanımı yapılabilir. Dar ve katı anlamıyla, bir şey sizin daha iyi kararlar almanızı sağlıyorsa önemlidir. Geniş anlamıyla, dünyayı daha iyi anlamanızı sağlayan her şey önemlidir. Bundan sonra iki tanımı da kullanacağım. Sizin hangisinde karar kıldığınızın bir önemi yok. Çünkü haberler ne birinci ne de ikinci tanıma göre önemlidir. Dolayısıyla öyle veya böyle “haberlerden arınmaya” değer.

Efsanevi yatırımcı Warren Buffett muhteşem bir kavram olan *circle of competence*’ı kullanır. Yani yeterlilik çemberi. İnsan bu çemberin içindeki şeylere ustalıklı hâkimdir, çemberin dışındakileriye ya kısmen anlar ya da hiç anlamaz. Buffett’ın yaşam ilkesi şudur: “Yeterlilik çemberinizi bilin ve içinde kalın. Bu çemberin ne kadar büyük olduğu çok da önemli değildir. Ama çemberin tam olarak nerede bittiğini bilmek çok önemlidir.” IBM’in kurucusu Tom Watson bu tezin yaşayan kanıtıdır. Kendisi şöyle

der: “Ben dâhi değilim. Sadece bazı noktalarda zekiyim ama bu noktaların etrafından hiçbir zaman ayrılmıyorum.”

Mesleki yaşamınızı katı bir şekilde bu fikre göre düzenleyin. Hiç esneklik göstermeden yeterlilik çemberinize odaklanmanızın tek getirisi maddi kazanç olmayacaktır. Ayrıca bu sayede zamandan da tasarruf edeceksiniz çünkü her seferinde neye dikkat edip etmeyeceğinize karar vermek zorunda kalmayacaksınız. Bu bilhassa haber tüketimi için geçerlidir: Yeterlilik çemberinizi bilmek, bilgi kaynaklarını değerli ve değersiz diye ayırmakta kullanacağınız aletiniz, neşteriniz olacaktır.

Basitçe söylemek gerekirse, yeterlilik çemberinize dâhil olan bütün bilgiler önemlidir. Dışında kalanlarıysa göz ardı etmeniz lehinize olur. Çünkü bunlarla yalnızca zaman kaybeder ve konsantrasyonunuza zarar verirsiniz.

Yeterlilik çemberi neyle ilgilidir? Bugünlerde mesleki başarıyı –birkaç istisna hariç– ancak bir nişte bulabilirsiniz. Bu nişteki, yani uzmanlık alanınızdaki bilginiz ve becerileriniz ne kadar fazlaysa başarınız o kadar büyük olur. Kendi nişinizde dünya çapında en iyisiyseniz başardınız demektir. Bu durum *İyi Yaşama Sanatı*’nda açıkladığım, *kazanan hepsini alır kuralıyla* alakalıdır. Kısacası iki seçeneğiniz var: Ya on parmağında tek marifet olan biri olacaksınız ya da kaybeden olacaksınız.

“On parmağında tek marifeti olmak” ilk başta kulağa kötü geliyor. Ama siz buna “işin ustası” da diyebilirsiniz. Şimdi daha çekici değil mi? Beethoven’ın on parmağında tek marifet vardı ama ne marifet: Senfoni besteleme konusunda

dünyanın en iyisiydi. Yeterlilik çemberi dışında hiçbir alanda öne çıkmıyordu. Picasso'nun on parmağında tek marifet vardı. Uzaya çıkan ilk insan olan Yuri Gagarin'in de öyle. Muhtemelen tüm zamanların en büyük bilim insanı olan Isaac Newton'ın da. Hatta kendisi yeterlilik çemberinin dışında beceriksiz biriydi, borsa tahminleri ekonomik mahvına yol açmıştı.

Sınırları kesin olarak çizilmiş bir yeterlilik çemberiyle hangi bilgilerin beyninize, hangilerinin çöpe gideceğine karar vermek çok basittir. Diyelim ki bir kalp cerrahısınız, o zaman bununla ilgili bilimsel yayınları odağınıza alacaksınız. Belki bir de liderlik dergilerini ve kitaplarını (tabii bir ekibi yönetiyorsanız). Diğer her şeyi gönül rahatlığıyla ihmal edebilirsiniz. Bir devlet başkanının başka bir devlet başkanının elini sıkıp sıkmadığını bilmenize gerek yoktur. Dünyanın bir yerinde iki trenin çarpışıp çarpışmadığını bilmenize gerek yoktur. Beyniniz zaten yeterince doludur. Beyninizi ne kadar çok hurdayla doldurursanız gerçekten bilmeniz gerekenler için o kadar az yer kalır.

Diyelim ki bir mimarsınız. O zaman da uzmanlık alanınızdaki dergileri ve kitapları okuyun. Elbette yapı yönetmeliklerindeki güncel ve planlanan değişiklikleri de bilmeniz gereklidir. Bu bilgilere nasıl ulaşacağınız şehirden şehre değişir ama şüphesiz herhangi bir haber sitesinde bulamazsınız. Belki sizi estetik ve tasarım dili konusunda besleyecek dergiler ve kitaplar okursunuz. Evet, bazen uzmanlık dergileri epey pahalı olur. Önemli

olana ulaşmak maliyetlidir. Çin'in Mars'a insansız uzay aracı gönderip göndermediğini bilmenize gerek yoktur. Zamanınız sizde kalsın.

Her yeterlilik çemberi için mutlaka okumanız gereken bir demet uzman medya vardır. Yeterlilik çemberinizin dışında kalanları en iyisi görmezden gelin. Peki Google'da arama yapmak? Eğer yeterlilik çemberiniz için önemli olan bilgileri arıyorsanız elbette Google'da arayın. İnternet çok değerli bilgilerle doludur. Fakat sörf yaparken yanlışlıkla eğlenceli ve önemsiz şeylere doğru kaymamaya dikkat edin.

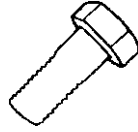
Elinizde, önemli olan ile önemsiz olanı birbirinden ayırabileceğiniz bir neşter var. Hayatınızı tutarlı bir şekilde yeterlilik çemberinize göre düzenlerseniz anında fark edersiniz: Medyada okuduğunuz, gördüğünüz, duyduğunuz şeylerin yüzde doksan dokuzu sizin için önemsizdir. Onları kesip atın.

Temel Mesaj

Yeterlilik çemberinizi belirleyin. Çemberin eniyle değil derinliğiyle ilgilenin. Yeterlilik çemberinizde yer alan her şeyi okuyun. Dışında kalan her şeyi de bir kenara bırakın.



HABERLER TEHLİKELERİ YANLIŞ DEĞERLENDİRİR



Merkezî sinir sistemimiz görünen, skandal yaratan, heyecan uyandıran, şok eden, kişisel olan, sesi gür çıkan, dikkat çeken, kutuplaştıran, hızlı değişen ve renkli olan uyarılara aşırı güçlü tepkiler verir; soyut, çok anlamlı, karmaşık, yavaş değişen, birbirinin üzerinde yükselen ve anlamlandırılması gereken bilgilere ise aşırı zayıf tepkiler verir. Haber üreticileri bu algı bozukluğundan sistematik olarak faydalanırlar.

Haber kuruluşları, ister küçük ister büyük olsunlar, dolaysız olana güvenirler. Sürükleyici hikâyeler, göz alıcı görüntüler, şok edici videolar ve şaşırtıcı “gerçekler” dikkatimizi esir alır. Bu iş böyle yürür – haberleri finanse eden reklamlar ancak görülürlerse, yani göz kamaştıran haberlerle kuşatılırlarsa satılırlar. Sonuç: İncelikli, karmaşık, soyut, yavaş gelişen, arka planda kalan her şey medya tarafından –aynı zamanda bizim tarafımızdan da– sistematik olarak gizlenir, oysa bu içerikler hayatımız için ve dünyayı anlamamız için daha önemlidir.

Şu olayı ele alalım: Bir araba bir köprüden geçer. Köprü yıkılır. Medya odak noktanızı nereye çeker? Arabaya. Arabadaki şahsa. Nereden geldiğine. Nereye gittiğine. Arabadaki kişinin bu talihsizliği nasıl atlattığına (tabii hayatta kaldıysa). Onun nasıl bir insan olduğuna (kazadan önce ya da sonra). Elbette bu kişinin kaderi trajiktir ama bizim için -onu şahsen tanımayan bizler için- önemli midir? Hiç önemli değildir. Önemli olan köprüdür! Köprü-nün yapısal dayanıklılığıdır. Asıl mesele bu yapı tipinde ya da aynı malzemeden yapılmış başka köprülerin olup olmadığı, eğer varsa bu köprülerin nerede olduğudur. Gerçekten önemli olan budur - başka insanların da zarar görmemesidir. Ne araba ne de şoför önemlidir. Her araba köprünün yıkılmasını tetikleyebilirdi. Belki köprünün yıkılması için güçlü bir rüzgâr ya da köprünün üzerinde gezinen bir köpek de yeterli olabilirdi. Öyleyse medya neden bize ezilen arabadan söz eder? Çünkü olağanüstü derecede korkunçtur, çünkü bir kişinin hikâyesiyle ilişki kurulabilir, çünkü bu haber ucuza mal edilir.

Başka bir örnek: Vergi dairesinde çalışan biri belgede sahtecilik yapıyor ve şehri bir milyonluk bir zarara uğrattıyor. Medya böyle bir durumda bu adama çullanacaktır. Kökenini, özel hayatını karıştıracaktır. Nasıl yetiştirilmiş? Onu bunu yapmaya iten neymiş? Aklında nasıl bir plan varmış? Amirlerine davranışları nasılmış? Ya da iş arkadaşlarına? Fakat bu adam yanlış odaktır. Bu hikâyede önemli olan iki şey vardır: vergi dairesinin risk yönetimi ve işletme kültürü. Önemli olan bunlardır. Düzensiz bir

risk yönetimi ve buna eşlik eden işletme kültürü her zaman başka bir sahtekâra zemin hazırlayacaktır ama sahtekârların biyografileri tamamen önemsizdir.

Biz haber bağımlıları olarak kafamızda yanlış bir risk haritasıyla dolaşıyoruz. Köprülerimizdeki olası yanlışlıkları, gelecekte nasıl köprüler inşa etmemiz gerektiğini, bununla kimin ilgilenmesi gerektiğini öğrenmiyoruz. Birçok diğer konuyu da aynı şekilde yanlış değerlendiriyoruz:

Terörizm abartılıyor, kronik stres hafife alınıyor.

Bir bankanın iflası abartılıyor, mali sorumsuzluklar hafife alınıyor.

Britney Spears abartılıyor, atmosfer araştırmalarının sonuçları hafife alınıyor.

Astronotlar abartılıyor, hemşireler hafife alınıyor.

Köpekbalığı saldırıları abartılıyor, deniz kirliliği hafife alınıyor.

Uçak kazaları abartılıyor, antibiyotiklere karşı direnç hafife alınıyor.

Fikirler abartılıyor, eylemler hafife alınıyor.

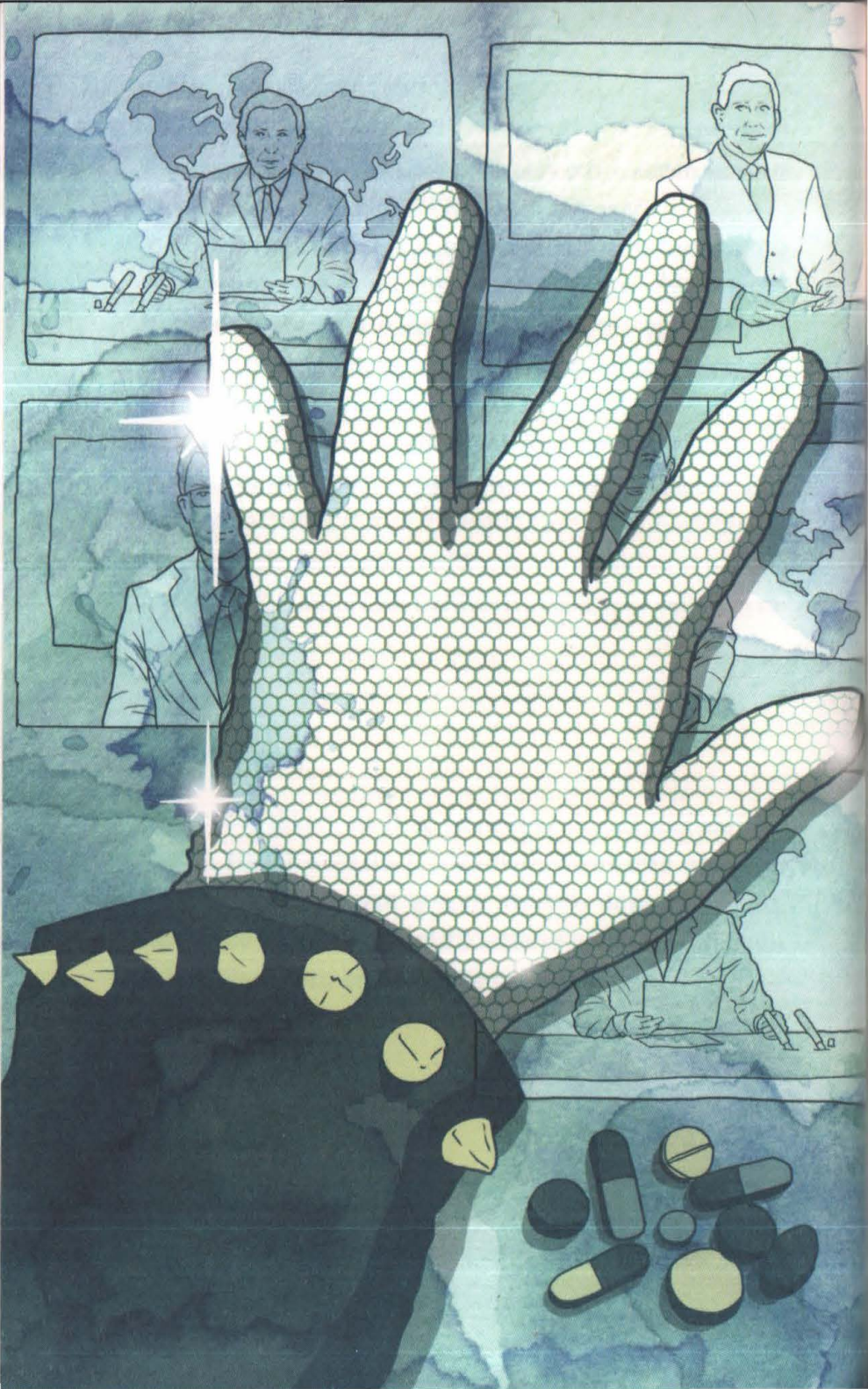
Günlük haberlerin beraberinde getirdiği önem algısı ile gerçekçi değerlendirmelerin arasındaki uçurum büyüdükçe büyüyor; bu da ölçüsüz, sistematik olarak yanlış davranışlara yol açıyor. Gazetelerde okuduğunuz riskler gerçek riskler değildir. Televizyonda bir uçak kazası görüldükten sonra bir süre uçağa binmeyi bırakanların sayısı

hiç az değildir, halbuki böyle bir olay çok nadiren yaşanır ve bir davranış değişikliğini haklı çıkarmaz.

Öyleyse bunun bilincinde olmamız, haberleri akıllıca tüketmemiz gerek mi diyorsunuz? Yanlış. Sürükleyici hikâyeleri abartma eğilimini, bilinçli bir yaklaşım ve mantıklı değerlendirmelerle telafi edemezsiniz. Beynimiz bunu yapamayacak kadar zayıftır. Bu ayrımı yapamaz. Tehlikeleri gerçekçi bir şekilde değerlendirme konusunda şiddetli dürtüleri olan bankacılar ve ekonomistler bile bunu yapabilecek durumda değildirler. Tahmin edebileceğiniz gibi tek bir çözüm vardır: haber tüketimini komple durdurmak. Yanlış risk haritalarını çözmeye çalışmayın. Atın gitsin.

Temel Mesaj

Eğer haber tüketirseniz kafanızda yanlış bir risk haritası oluşur. Hiçbir kararınızı haberlere dayanarak almayın. Kararlarınızı yalnızca gerçek risklere dayanarak alın. Bunları da kitaplarda, istatistiklerde ve iyi bir araştırmanın ürünü olan uzun makalelerde bulacaksınız.



HABERLER ZAMAN KAYBIDIR



Haberler çok pahalıya patlar çünkü zaman kaybıdır – üç bakımdan: Birincisi haber tüketimiyle yok olan zamandır; yani haberleri okuyarak, dinleyerek, televizyonda izleyerek, dizüstü bilgisayardan ya da akıllı telefondan takip ederek harcadığınız zaman. İkincisi yeniden odaklanmak için ihtiyaç duyduğunuz zamandır; buna yer değiştirmeye masrafı denir, yani haberler sizin dikkatinizi dağıtmadan önce yaptığınız işe geri dönmek için harcadığınız zaman. Üçüncüsü de haber tüketimi, sonrasında bile uzun süre dikkat dağınıklığına sebep olur. Haberlerde kullanılan hikâyeler ve görüntüler saatler sonra bile kafanızın içinde dönüp durmaya, düşünce akışınızı sekteye uğratmaya devam eder.

Küçük bir hesap yapalım: Sabah gazeteyi karıştırdınız, öğle saatinde radyoda haberleri dinlediniz, akşam da televizyondaki haberleri izlediniz. Buna işteyken birazcık yorulup küçük bir mola verdiğinizde en sevdiğiniz haber sitelerine şöyle bir baktığınız zamanları da dâhil

edin. Arada bir kendinizi “ödüllendirerek” kullandığınız telefonunuz ve girdiğiniz sosyal medya sayfaları üzerinden yaptığınız küçük, masumane haber gezintilerini de ekleyin. Bunların hepsinin toplamı haber tüketimi için harcadığınız zamanı oluşturur. Amerikan bir kamuoyu araştırma enstitüsü olan Pew Research Center bu sürenin günde elli sekiz dakika ila doksan altı dakika olduğunu saptadı. Ayrıca: Eğitim seviyesi arttıkça günlük haber tüketimi de artmaktadır.

Şimdi buna bir de yeniden odaklanmak için harcadığınız zamanı ekleyin. Kafanızı her seferinde yeniden toplammanız gerekir. İşte tam olarak nerede kalmıştınız? Belgeyi nereye kaydetmiştiniz? Haberler dikkatinizi ele geçirmeden önce ne yapmak üzereydiniz? Sadece yeniden odaklanmak bile her seferinde iki üç dakikanıza mal olur.

Buna bir on dakika daha ekleyin çünkü bu süre boyunca bir haberi, mesela bir tren kazasının görüntülerini aklınızdan atamadınız. Bunların hepsi toplandığında günde en az bir buçuk saat eder.

Sizce de çok değil mi? Bir haftada tam bir iş günü kaybediyorsunuz. Üstünkörü bir hesapla bile yılda bir ay eder. Aynen öyle, tam bir ay! Benim için yıl hâlâ on iki ay ama sizinki (şayet haber tüketiyorsanız) sadece on bir ay. Kendinize neden böyle bir kötülük yapasınız? Dahası kaybettiğiniz zamanın karşılığında somut bir kazanç gösterebilir misiniz? Dünyayı daha mı iyi anlıyorsunuz? Yeterlilik çemberinizde ilerleme mi kaydediyorsunuz?

Daha iyi kararlar mı alıyorsunuz? Konsantrasyonunuz mu artıyor? Yoksa iç huzurunuz mu?

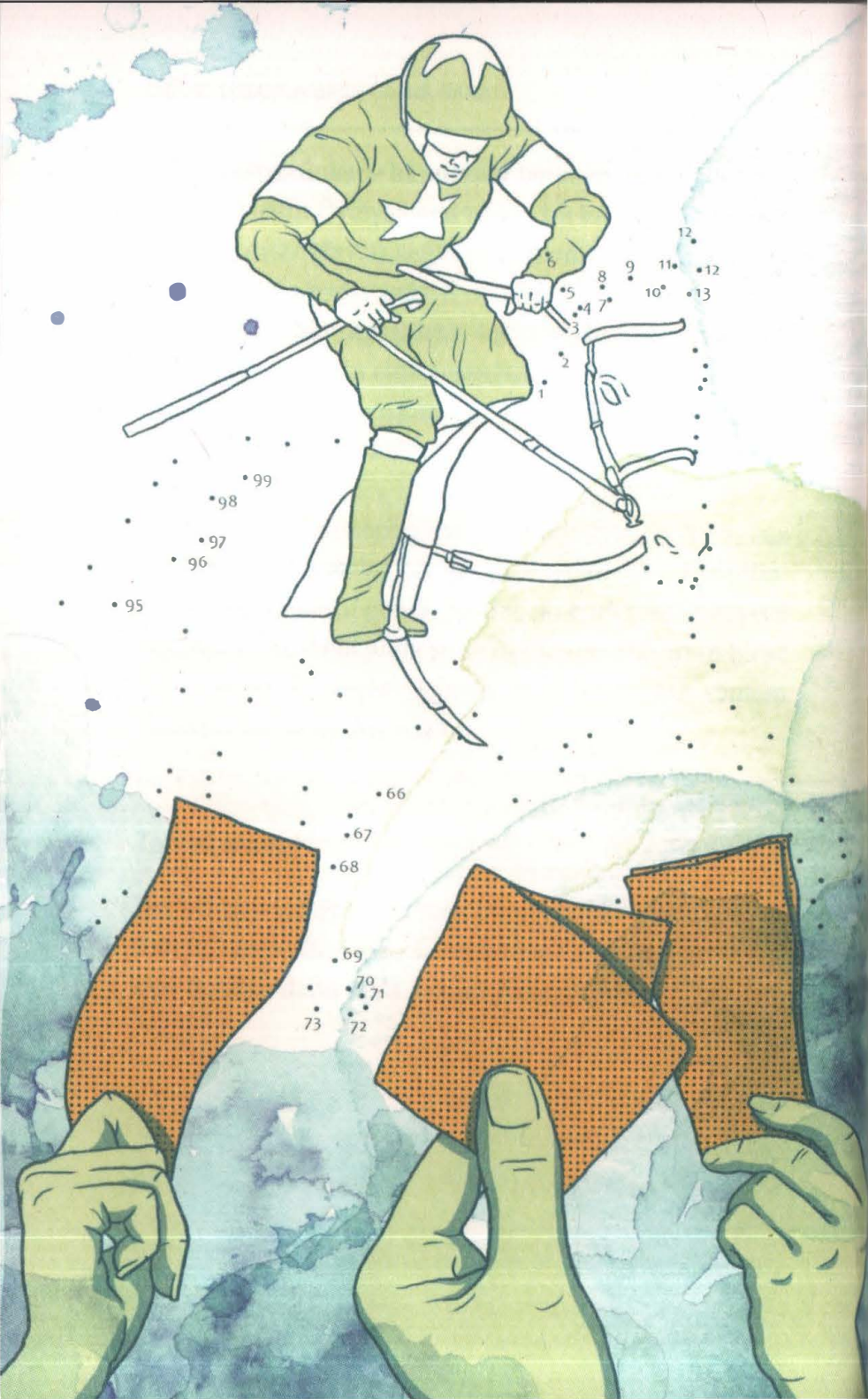
Küresel olarak düşünüldüğünde zaman kaybı korkunç boyutlardadır. 2008’de Mumbai’da yaşanan terör saldırılarını ele alalım. Teröristler gövde gösterisi yapmak için iki yüz kişiyi öldürdü. Bir milyar insanın ortalama bir saat boyunca Mumbai’daki bu trajediye dikkat kesildiğini hayal edin: Bir milyar insan haberleri takip edip televizyonda filanca “yorumcunun” gevezeliklerini dinledi. Bu çok gerçekçi bir tahmindir çünkü sadece Hindistan’ın nüfusu bir milyardan fazladır. Onların birçoğu bütün bir günü bu olayı takip ederek geçirmiş olabilir. Fakat biz ölçülü bir hesap yapalım. Bir milyar insanın birer saat oyalanması bir milyar saat demek, bu da yüz bin yıldan fazla eder. İnsan ömrünün dünya ortalaması altmış altı yıldır. Yani yalnızca bu haberin tüketimi yüzünden iki bin insanın hayatı “boşuna harcanmış” olur – saldırıda ölen insan sayısından on kat fazla. Dolayısıyla haber kuruluşları istemeden de olsa teröristlerin yordakçısı durumuna düşer. Elbette terör kurbanlarıyla haber tüketimi kurbanlarını aynı kefeye koyup yanlış bir hesap yapmak biraz pervasızca görünebilir. Fakat üzücü gerçek şu ki teröristlerin haber kuruluşlarına ihtiyacı var. Buna dair daha fazlası 28. Bölüm’de yer alıyor. Michael Jackson öldüğünde yaşanan zaman kaybı çok daha abartılıydı: Jackson’ın yakınları ve en büyük hayranları için bir trajedi olan şey, birçoğumuz için tamamen önemsizdi – yine de milyonlarca saat bunun için boşa harcandı.

Bilgi bugünlerde az bulunur bir kaynak değildir fakat dikkat öyledir. Öyleyse onu neden bu kadar sorumsuzca harcayasınız? Mevzu sağlığını, namınız ya da paranız olduğunda bu kadar müsrif olmazsınız. Seneca bunu iki bin yıl önce bile şaşkınlıkla karşılamış: Mevzu para olduğunda hepimizin cimri olduğunu söyler büyük filozof. Ama mevzu zamanımız olduğunda son derece müsrifizdir oysa gerçekten cimri olmamızı gerektiren tek varlığımız zamandır.

Hayatım boyunca zaman yönetimiyle ilgili sayısız kitap okudum, verilen tavsiyelerin onlarcasını denedim. Zamandan tasarruf etmek yönündeki bütün bu iyi niyetli teşebbüslerin sonucunda şunu öğrendim: Hayattan biraz daha zaman kazanmak için en kolay, en faydalı yöntem haberlerden uzak durmaktır.

Temel Mesaj

Her yıl tam bir ay kazanmak istiyorsanız –aileniz, hobileriniz, kariyeriniz için– haberlerden vazgeçin. Hiçbir şey size bundan daha fazla zaman kazandıramaz.



12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
99
98
97
96
95

66
67
68
69
70
71
72
73



HABERLER ANLAYIŞI KISITLAR

Haberler açıklayıcı değildir. Kısa haberler, karmakarışık bir dünyanın yüzeyinde parlayıp sönen küçücük sabun köpükleridir sadece. Haber kuruluşlarının gerçekleri doğru şekilde yansıtmakla iftihar etmeleri çok saçmadır. Çünkü gerçek dedikleri, çoğunlukla daha derinde yatan sebeplerin yan etkilerinden ve sonuçlarından başka bir şey değildir. Her gün Suriye'yle ilgili en yeni videoları, en güncel haberleri okusanız bile savaşı birazcık olsun daha iyi anlayamazsınız. Hatta tam tersi de söylenebilir: Ne kadar çok savaş görüntüsüne ve cephe haberine maruz kalırsanız savaş bölgesinde ne olduğunu, neden öyle olduğunu daha az anlarsınız. Haber kuruluşları ve haber tüketicileri aynı yanılgıya düşerler: Haberleri arka arkaya sıralamak ile dünyanın işlevsel bağlantılarını idrak etmeyi birbirine karıştırırlar. “Gerçekler, gerçekler ve daha çok gerçek” – neredeyse bütün haber kuruluşlarının sloganı budur.

Aslında bizim görünürdeki olayların altında yatan “jeneratörleri” anlamamız gerekir. Bununla beraber haberlerde bahsedilen olayların çıktığı “makine dairesini” incelememiz gerekir. Maalesef korkutucu derecede az gazeteci neden-sonuç ilişkilerini açıklamaktadır. Çünkü önemli kültürel, zihinsel, ekonomik, askerî, politik ve ekolojik olayları belirleyen süreçler çoğunlukla görünmezdir. Karmaşıktırlar, doğrusal değildirler ve beynimiz onları sindirmekte zorlanır. O yüzden haber kuruluşları kolay işlenen malzemelere başvururlar: anekdotlar, skandallar, kalburüstü insanların hikâyeleri ve felaket görüntüleri. Bunları üretmek ucuz, sindirmek kolaydır.

“Makine dairesini” anlayabilecek ve bu konuda yazabilecek olan birkaç gazeteci de düşünecek zaman şöyle dursun yayımlayacak yer bile bulamaz. Çünkü okur kitlesi bir tane derinlikli makale yerine, on tane tek lokmalık haber tüketmeyi tercih eder. Arka arkaya sıralanmış cıtır cıtır on skandal, aynı uzunluktaki zekice yazılmış bir metinden daha çok dikkat çeker, dolayısıyla reklam geliri de daha fazla olur.

Numaralandırılmış noktalar dışında hiçbir şeyin olmadığı bulmaca sayfasını çocukluğunuzdan hatırlarsınız. Yapılması gereken, noktaları sırasına göre birleştirmektir. Desen ancak o zaman ortaya çıkardı. İşte kısa haberler bu noktalardan başka bir şey değildir; sadece hiç kimse onları birleştirip bulmacayı çözmek gibi bir zahmete girmiyor. Ne kadar çok kısa haber tükettiğiniz önemli değil, ortaya asla bir desen çıkmıyor.

Tüm resmi görmek için bağlantılara ihtiyacınız vardır; yani hikâyenin içine girmeye, karşılıklı etkileşimlere, reaksiyonlara, dolaysız etkilere ve yine bu etkilerden kaynaklanan ikincil sonuçlara. Fakat haberciler bunlarla ilgilenmez. Haberleri okumak, dünyayı anlamanın tam tersidir. Sadece birtakım olayların olduğunu telkin ederler – birbiriyle alakasız olaylar, “gerçekler, gerçekler ve daha çok gerçek”.

Hakikat ise bunun tam tersidir: Dünyada gerçekleşen neredeyse her şey karmaşıktır. Münferit bir olgu söz konusuymuş gibi davranmak yalancılıktır – haber üreticilerinin yaydığı, biz haber tüketicilerinin de son derece lezzetli bulduğu bir yalan. ABD’nin kurucu babalarından Thomas Jefferson bunu daha 1800 yılında fark etmişti: “Hiçbir şey okumayan biri, yalnızca gazete okuyan birinden daha çok şey bilir.” Olaylar düşünmenizi engeller. Beyniniz olaylara boğulur. Haber tükettiğinizde dünyayı anlayacağınız *yanılgısına* kapılırsınız. Bu yanılgı *aşırı güvene* yol açar (İngilizce terminolojide *overconfidence* diye geçer).

Stanford Üniversitesi’nden Profesör Paul Slovic meşhur bir çalışmada at yarışı tahminlerinin niteliğini test etti, bunu yaparken katılımcılara sürekli olarak atlarla ilgili daha fazla bilgi verdi. Sonra da katılımcılara yalnızca hangi atın kazanacağını değil, tahminlerinin niteliğinden ne kadar emin olduklarını da sordu. Sonuç? Tek tek atlar hakkında verilen bir yığın bilgi (tamamıyla mantıklı bilgiler) tahminlerin niteliği üzerinde herhangi

bir etki yaratmadı ama katılımcıların kendilerine olan güvenlerinde çok etkili oldu. Bilgi seli, gerekli olan temkini, şüpheyi ve tevazuyu âdeta silip süpürdü. İhtiyatlı tahminler sugötürmez kanaatlere dönüştü.

Siz sevgili okur, bu haber selinin kurbanı olmak istemezsiniz: Artık biliyorsunuz, “gerçekler, gerçekler ve daha çok gerçek” vadeden haberler, kararlarınızın kalitesini düşürecektir. O yüzden haberlerden kaçının, dünyayı kolayca anlayamayacağınızı öncelikle kabul edin. Bildikleriniz konusunda daha alçak gönüllü, daha ihtiyatlı ve daha temkinli olacak, böylece *overconfidence*, yani aşırı özgüven kurbanı olmayacaksınız.

“Hiç kimse ne olduğunu bilmiyor. Gazetelerin tek yaptığı her gün ne olduğunu biliyormuş gibi davranmak.” Sağduyulu yazar Max Frisch bunu yazalı kırk yıldan fazla zaman geçti. Güncellik, anlayışınızı gölgeler. Siz en iyisi günlük haber sevkياتından vazgeçin. Dünyanın karmaşıklığının hakkını veren kitaplar ve uzun makaleler okuyun, parıltılı manşetler değil. İçinden “gerçeklerin” fışkırdığı pınarlar değil. Birbiriyle bağlantısız noktalar değil. Sadece birkaç ayın sonunda çok daha net bir dünya algısıyla ödüllendirileceksiniz.

Temel Mesaj

Haberler dünyayı anlamamanın tam tersini sağlarlar. Haberlerin konfeti yağmuruyla vedalaőın. Size dünyanın makine dairesine bakma şansı tanıyacak iyi kitaplar ve güzel makaleler okuyun.



HABERLER VÜCUDA ZARARLIDIR



Varsayımsal iki hayvan türü hayal edin. A hayvanının beyni çoğunlukla negatif bilgilere tepki veriyor. B hayvanının beyniyse pozitif bilgi aldığı anda harekete geçiyor. Hangisinin daha iyi bir hayatı olur? Elbette B hayvanının: A'lar stres ve kaygıyla dolu bir hayat yaşarken, B'ler mutlu yaşamlarının tadını çıkarırlar, duydukları, gördükleri bütün güzel şeyler karşısında sevinç duyarken negatif her şeye gülüp geçerler. Kim daha uzun yaşar? Tabii ki A'lar. B'ler, psikolojileri kıskanılası derecede iyi olmasına rağmen birkaç ay sonra gen havuzundan kaybolurlar. Yalnızca A'lar hayatta kalır. Bir hayvan türünün hayatta kalabilmesi için sürekli diken üstünde olması, yani negatif bilgilere karşı aşırı hassas olması gerekir. Biz işte bu A türündünüz.

Kötüyü iyiden daha önemli addederiz. O yüzden negatif bilgilerin üzerimizdeki etkisi pozitif olandan iki kat fazla olur. Psikolojide buna *olumsuzluk yanlılığı* (*negativity bias*) denir. Bu davranış bir yaşındaki bir bebekte dahi

gözlemlenebilir. Bebekler negatif uyaranlara pozitif uyaranlardan daha çok tepki verirler. Biz yetişkinlerde de durum farklı değildir. Yüzde on değer kaybeden bir hissenin verdiği mutsuzluk, yüzde on değer kazanan hissenin verdiği mutluluktan iki kat fazladır. *Olumsuzluk yanlılığı* hepimizde doğuştan mevcuttur. Dolayısıyla bizi olumsuz bilgilere meyilli kılan haber kuruluşları değildir, onlar sadece bu eğilimin üzerine çok güzel oynamaktadırlar. Üzerimize kaygılarla dolu beynimiz için âdeta biçilmiş kaftan olan, şok edici hikâyeler boca etmekte.

Haberler sempatik sinir sistemimizi -vegetatif sinir sistemimizin bir parçasını- harekete geçirirler. Heyecan uyandıran her hikâye stres hormonu kortizolün salgılanmasına sebep olur. Kortizol irili ufaklı miktarlarda kana karışır, bağışıklık sistemini yavaşlatıp büyüme hormonlarının üretimini durdurur. Haber tükettiğinizde vücudunuz strese girer. Kronik stres de sindirim ve büyüme bozukluklarına (hücre, saç, kemik), gerginliğe ve enfeksiyonlara karşı hassasiyete sebep olur. Haber tüketiminin diğer olası yan etkileri korku, saldırganlık, dar bakış açısı ve kayıtsızlıktır. Kısacası haber tüketicileri hem zihinsel hem fiziksel sağlıklarını tehlikeye atarlar.

Amerikan Psikoloji Birliği'nin yaptığı bir çalışmaya göre yetişkinlerin yarısında haber tüketiminden kaynaklanan stres semptomları görülmekte. Bu aslında şaşırtıcı değildir. Çünkü son on yılda iki şey kökünden değişti: Birincisi, her yere götürdüğümüz cep telefonları ve her yerde karşılaştığımız haber ekranları sayesinde eskisine

kıyasla belirgin derecede daha çok haber tüketiyoruz. Her on Amerikalıdan biri saatte bir kez dünya haberlerine göz atmakta. Sosyal medya hesaplarında oran çok daha yüksektir. İkincisi haberler giderek daha göz alıcı, daha şok edici olurlar. *Journal of Experimental Psychopathology*'nin başeditörü Profesör Graham Davey, bu iki değişikliğin de haber tüketicilerinin zihinsel sağlığına çoğunlukla zararlı etkileri olduğunu doğrular. Bazı haber videoları o kadar yoğundur ki uyku bozuklukları, duygudurum dalgalanmaları, saldırgan davranışlar gibi akut stres bozukluklarına, hatta travma sonrası stres bozukluklarına bile sebebiyet verebilir.

Herkesin kişisel kaygıları vardır. Bunlar bazen bizi derinden etkiler, herhangi bir eylemde bulunamaz hale getirirler. Sağlıklı bir yaşam çevresinde bu tür zorluklarla daha iyi baş edebilmek için bir sürü yöntem bulunur (*İyi Yaşama Sanatı*'nda bahsettiğim yöntemler). Fakat aptalca olan, haber tüketiminin bu baş etme yöntemleri etkisiz kılmasıdır. Profesör Davey, olumsuz televizyon haberlerinin kişisel kaygıları arttırdığını, üstelik bu iki şey arasında hiçbir bağlantı yokken bile bunun gerçekleştiğini ispatlamıştır.

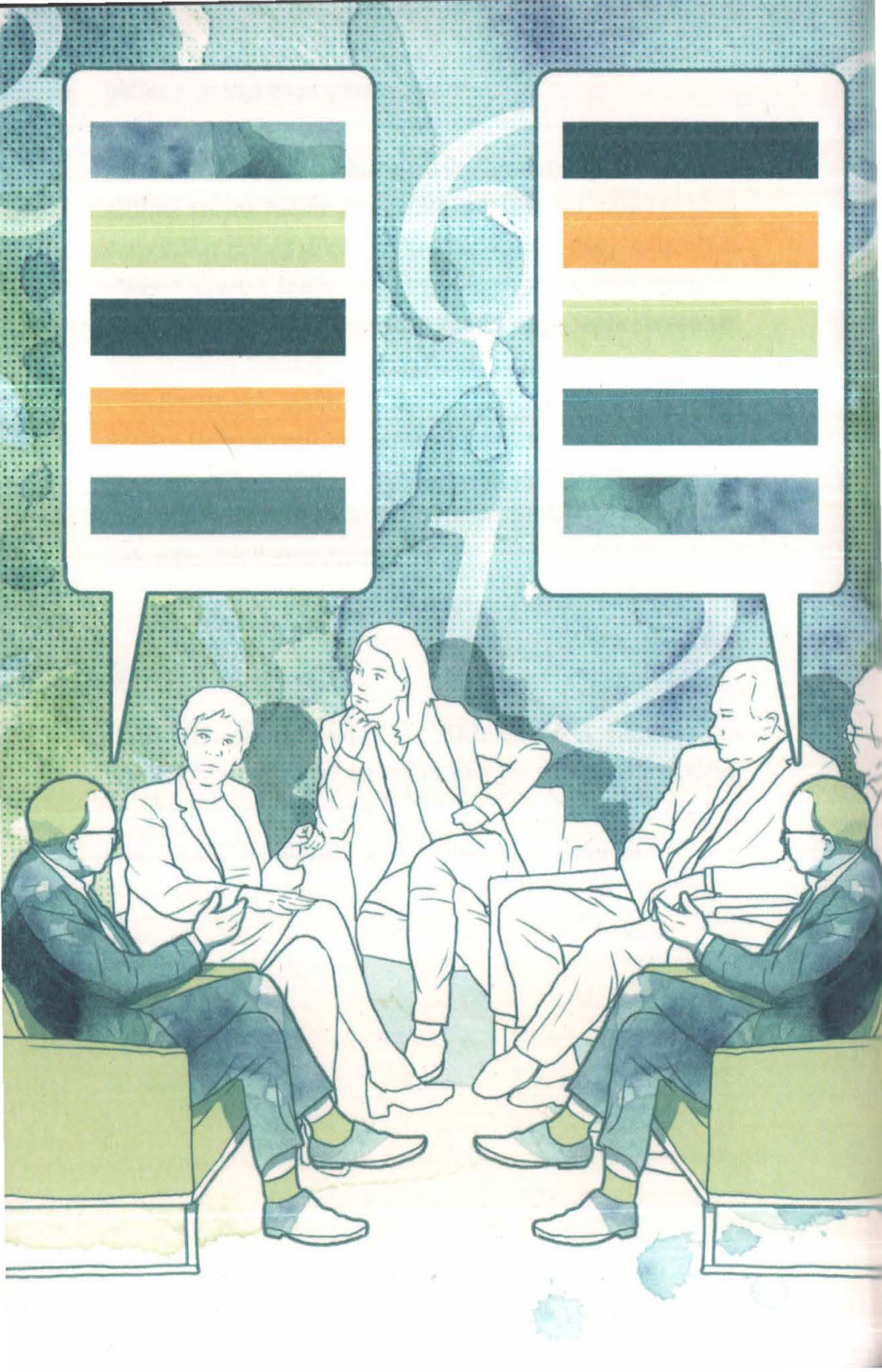
Sağlıklı yaşamak isteyen herkesin irade gücüne ihtiyacı vardır. İrade gücü doğru düşünmek, çalışırken üretken olmak, sağlıklı beslenmek, vücudu harekete geçirmek için gereklidir. Maalesef artan stres irade gücünü azaltır. Bu da yapılacakların ertelenmesine yol açar (öteleme). İnsanlar nahoş fakat önemli işler yerine hoş ama

önemsiz işler yapar. Mesela, üşenmeyip spor salonuna gitmek yerine haber sitelerinde gezinir. Bu, tam bir kısır döngüdür: Haber tüketimi kronik strese sebep olur, stres iradeyi azaltır. İrade eksikliği çeken insanlar internette daha uzun süre vakit geçirir, bu da daha fazla strese yol açıp iradeyi biraz daha zayıflatır.

Sonuç çok açıktır: Haber tüketimi yaşam kalitesini azaltır. Daha stresli bir hayat yaşarsınız; daha öfkeli, hastalıklara daha meyilli olur, erken ölürsünüz. Bilhassa trajik olan haber budur ama en azından dikkatinizi çekmeyi hak eden bir haberdir de.

Temel Mesaj

Haber tüketiminin yalnızca zihinsel değil, fiziksel yan etkileri de vardır. Hayatınızda zaten yeterince stres mevcut, üstüne bir de yapay stres eklemeyin – size hiçbir faydası dokunmaz. Bedeniniz size müteşekkik kalacak.



HABERLER YANILGILARIMIZI DOĞRULAR



İkide bir içine düşüp durduğumuz yaklaşık yüz yirmi sistematik düşünce tuzağı vardır. *Doğru Düşünme Sanatı* ve *Akıllıca Davranma Sanatı*'nda bunları açıkladım. Rasyonellikten, mantıklı düşünüp mantıklı davranmaktan düzenli olarak saparız. Bu mantık hataları iş ve özel yaşamımızdaki kararlarımızın niteliğini düşürür. Haberler -bizi aydınlatmaktan çok uzak olan haberler- bu mantık hatalarından bazılarını güçlendirir.

Bütün mantık hatalarının babası olan ve *doğrulama eğilimi* (*confirmation bias*) denen hatayı ele alalım. Soru şudur: “3, 6, 9, 12... Bir sonraki sayı ne olur?” Eğer insanların çoğu gibi düşünüyorsanız “15” diyeceksiniz. Fakat pekâlâ “14” ya da “52” de diyebilirdiniz. “Hayır,” diye atılacaksınız, “burada uygulanan kural çok basit, üçer üçer artıyor!” Öyle olabilir ama öyle olmak zorunda değil. Kural şu da olabilirdi: “Bir sonraki sayının bir öncekinden büyük olması gerekiyor.” Bu durumda ne oldu? Üçer üçer

artan, güzel güzel sıralanmış sayılar gözünüzü aldı, siz de buna fırsat verdiniz ve diğer bütün olasılıkları en baştan elediniz.

Bu çok normal bir davranıştır. En sevdiğimiz görüşlere aykırı olan işaretleri otomatik olarak görmezden gelir, kanaatlerimizi doğrulayan bilgilere karşı aşırı hassasiyet gösteririz. Sayıları sıralarken sorun değildir bu. Ama mevzu politik görüşler ya da para olduğunda daha tehlikelidir. Yeni bilgileri, o ana dek sahip olduğumuz görüşler geçerli kalacak şekilde yorumlamakta üstümüze yoktur. Ne kadar çok haber tüketirseniz görüşünüz yanlış bile olsa onu doğrulayacak bilgilerle o kadar sık karşılaşsınız. Günümüz haberleri artık sondaj görevi görmüyor ve yanlış fikirleri delip geçmiyor artık (eskiden insanlara daha az haber ulaştığı için durum tam tersiydi), bilakis üstlerine çimento döküyorlar. Bu arada en kötü haber kaynağı da *doğrulama eğiliminin* filtreleme sayesinde zaten algoritmaya yerleştirildiği sosyal medyadır; Facebook size tam da görmek, duymak isteyeceğinizi tahmin ettiği şeyleri gösterir. Aykırı fikirleri orada boş yere ararsınız – “arkadaşlarınızda” bu tür fikirler olsa bile.

Doğrulama eğiliminin en tehlikeli etkisi ideolojilerde ortaya çıkar. İdeolojiler beynimizin ürettiği en aptalca şeylerdendir. Kendi kendimize inşa ettiğimiz hapishanelerdir esasında. İdeolojiler “fikir üssü on”dur, görüşleri âdeta paket halinde sunarlar, tam bir dünya görüşü tesis ederler. İdeolojiler beynimize yüksek voltaj etkisi yapar, o da bir sürü düşüncesizce harekete yol açıp bütün sigortaları yakar.

Ne pahasına olursa olsun ideolojilerden ve dogmalardan sakının - özellikle de size sempatik gelenlerden. İdeolojiler kesinlikle yanlıştır; dünya görüşünüzü kısıtlar, berbat kararlar almanıza yol açarlar. Haberler de bu doğrulama eğilimini güçlendirip ideolojilerin yordakçısı durumuna düşer. Zaten politik tartışmalarda gözlemlediğimiz de tam olarak budur: Halkın üzerine bir haber kasırgası salınır, bu da halkı kutuplaştırıp ikiye böler.

Buraya her şey kadar açıktır. Ama sıkıntı insanların bir ideolojinin tuzağına düştüklerini fark etmemelerinden kaynaklanır. Dogmatik enfeksiyon belirtileri gösteren biriyle karşılaşırsanız ona şu soruyu sorun: “Söyler misiniz, dünya görüşünüzden vazgeçmeniz için hangi spesifik gerçeklere toslamanız gerek?” Bunun üzerine herhangi bir cevap gelmezse bu insandan uzak durun. Aynı şekilde o kişinin tutumundan da.

Ancak kendini beğenmiş de olmayın. Bir dogmaya çok yakınlaştığınızdan şüphelendiğinizde aynı soruyu kendinize de sorun. Karşı argüman arayışına girin. Şöyle düşünebilirsiniz: Hepsi sizin karşıt görüşünüzü savunan beş kişiyle beraber, televizyonda bir tolkşov programına davet edildiğinizi hayal edin. Eğer kendi görüşünüzü sağlam gerekçeleri olan beş kişiye karşı inandırıcı bir biçimde temsil edebiliyorsanız o zaman fikrinizi gerçekten hak ettiniz demektir.

Ama beyninizi için için yiyen bir ideoloji söz konusu değilse ve siz dünya, borsa piyasası, komşunuzun köpeği, patronunuzun iç dünyası, rakiplerinizin stratejisi

gibi konularda bazı teorileri benimsemişseniz bile -ki bu oldukça normal- doğrulama eğilimi saldırılarına devam edecektir. Haber tüketimi bu insani zaafı en zayıf biçimindeyken bile şiddetlendirir. Neden? Çünkü teorilerimizin üzerine -yanlış bile olsalar- çimento dökecek bir yığın haberle karşılaşırız. Bunun bir sonucu olarak da kendimizi gözümüzde büyötmeye, zihinsel körlüğe, aptalca risklere girmeye ve güzel fırsatları kaçırmaya meylederiz.

Temel Mesaj

Haberler “bütün mantık hatalarının babasını” besler: doğrulama eğilimini. Daha iyi kararlar almak için en sevdiğiniz teorileri bilinçli olarak sorgulayın. Bunun yolu da haberlerin sulama makinesinden uzak durmaktan geçer.



HABERLER GERİ GÖRÜŞ ÖNYARGISINI GÜÇLENDİRİR



Dünya karmakarışık, dinamik bir kaostur. Sebepler ve sonuçlar arasında doğrusal bağlantılar bulunmaz. Neredeyse her olayda yüzlerce, hatta binlerce sebep birlikte işler ve belli bir olaya sebep olur. Bu olay da çoğunlukla bu sebeplerden yalnızca birine bağlanır.

Örneğin, 2008 ekonomik krizi. Ekonomik sistemin çöküşünün sorumlusu büsbütün zehirli bir olgular kokteyliydi: borsadaki coşku, yüksek ve şahsi ipotek kredileri, ev fiyatlarının asla düşmeyeceğine dair genel kanı, bankaların borçlanma derecesi, sentetik menkul kıymetler (*mortgage backed securities* ve *collateralized debt obligations* gibi anlaşılmaz isimleri vardı), bunlara yapılan sigortalar (çok daha anlaşılmaz isimleri vardı), derecelendirme kuruluşlarının yasa dışı davranışları, ipotek verenlerin yasa dışı davranışları, Avrupalı yatırımcıların Amerikan tahvillerine karşı abartılı iştahı, Atlantik'in her iki

tarafındaki gevşek banka denetlemeleri, uygunsuz risk formülleri, sözde devlet garantileri vs. söz konusuydu.

Geçmişe dönüp bakınca her şey çok açıktır. Bu da bizde böyle krizlerin anlaşılır hatta öngörülebilir olduğu yanılgısını yaratır. Buna *geri görüş önyargısı (hindsight bias)* denir. Ancak o günler yaşanırken, kasırganın ortasındaiken hiçbir şey anlaşılır değildi. Ve maalesef bir sonraki krizde de hiçbir şey anlaşılır olmayacak.

Elbette haberler olmadan da geri görüş önyargısına kapılabiliriz fakat haber tüketimi bu mantık hatasını güçlendirmektedir. Haberler ne kadar kısaysa hata o kadar tehlikeli olur.

Kısa haberlerin gerçekten de fazlasıyla kısa olması ama buna karşın bir hikâye anlatması gerekir. Bunun yolu da acımasızca basitleştirmekten geçiyor. Ne olduğundan bağımsız olarak -ister basit bir bisiklet kazası ister dünya çapında bir ekonomik kriz olsun- hep yalnızca bir iki nedenden bahsedilir. Diğer yüzlerce sebepten, bu sebeplerin birlikte işleyişinden ve olaylarla sebepler (güçlendiren ve zayıflatan etkiler) arasındaki reaksiyonlardan söz edilmez. Haber tüketicileri de bu yüzden dünyanın gerçekte olduğundan daha basit ve daha anlaşılır olduğu yanılgısına kapılır. Kararlarının kalitesi ise bundan kötü etkilenir.

Eğer haberlerden vazgeçer, onlar yerine belirli bir konu hakkında yazılmış uzun makaleler ve kitaplar okursanız ya da uzmanlarla tartışırsanız olaylar arasındaki bağlantıya dair çok daha gerçekçi bir tabloya ulaşırsınız. Geleceği anlamanın kolay olduğu yanılgısına düşmezsiniz.

Ama söylemek yapmaktan kolay çünkü beynimiz “bir anlamı olan”, mümkün olduğunca basit ve kısa hikâyeler ister. Gerçeğe uygun olup olmadıklarıyla ilgilenmez. Haberciler de böyle sahte hikâyeleri bize zevkle temin ederler. Muhabirler borsanın yüzde bir değer kaybettiğini bildirmek yerine şöyle derler: “Borsa *X yüzünden* yüzde bir düştü.” Bu *X* çoğunlukla bilindik bir faktör oluyor: değişen kâr beklentisi, avro için duyulan endişe, işgücü piyasası istatistiklerinin duyurulması, merkez bankasının bir kararı, bir terör saldırısı, metro çalışanlarının grevi, iki başkan arasındaki görüşme ya da her neyse. Oysa gerçek şudur: Tek bir *X* yok. Haberler her şeyi kısalttıkları için ister istemez saçma sapan gerekçelendirmelere dönüşürler.

Bu bana lise yıllarımı hatırlatır. Tarih kitabımda Fransız İhtilali’nin üç sebebi olduğu yazıyordu (iki ya da yedi değil). Ne olduklarını unuttum ama önemli değil çünkü her durumda gerçek nedenlerin ancak küçük bir kısmı ediyorlardı, gerçek nedenleriye kimse tam olarak bilmiyor. Fransız İhtilali’nin neden yaşandığını kesin olarak bilemeyiz, hele neden tam olarak 1789’da olduğunu hiç bilemeyiz. Aynı şekilde borsa piyasasındaki gelişmelerin neden tam da böyle olduklarını da bilemeyiz. İşin içine bir sürü faktör girmektedir çünkü. Bir savaşın neden patlak verdiğini, neden teknolojiye çıkış açıldığını ya da Barcelona’nın neden Madrid’i yendiğini kesin olarak bilemeyiz. “Piyasa *X yüzünden* böyle oldu” ya da “Şirket *Y yüzünden* iflasa sürüklendi” yazan her gazeteci ya ahmaktır ya da okurlarına bir şeyler yutturmaya çalışıyordur. Şüphesiz

X ve Y'nin de etkileri olabilir ama bu diğer etkilerin çok daha güçlü olabileceği ihtimalini çürütmez. Haberler genelde “analizler” olarak pazarlanırlar. Oysa yalnızca anekdotlardır.

Dünyayı böyle ucuz bir şekilde açıklayabilmenin cazibesine karşı koyun. Bu düpedüz yanıltır. Böyle yaparak kendinizi ciddi ve layıkıyla düşünmekten alıkoyarsınız – sonra da dünyayı birazcık olsun anlamak için elinizdeki tek şansı kaybetmiş olursunuz.

Temel Mesaj

Haber tükettiğinizde dünyanın gerçekte olduğundan daha basit ve daha anlaşılır olduğu yanılgısına kapılırsınız. Kısa haberlerin size sunduğu saçma sapan gerekçelendirmeler yerine, bunlar üzerine kendiniz kafa yorun daha iyi.



HABERLER MEVCUT OLANA EĞİLİMİ ARTIRIR



Hemen bir çiçek, bir renk ve bir ev hayvanı söyleyin!

Tamam mısınız? Eğer aklınız birçok insanınki gibi çalışıyorsa “gül”, “kırmızı” ve “köpek” ya da “kedi” demişsinizdir. On binlerce farklı çiçek türü, düzinelerce renk ve yine yüzlerce farklı ev hayvanı olmasına rağmen. Buna *mevcut olana eğilim (availability bias)* denir. Bu, hemen önümüzde duran şeyi ya da zaten aklımızda olanı düşündüğümüz anlamına gelir..

Availability bias’ı *Doğru Düşünme Sanatı* kitabımda ayrıntılarıyla açıkladım. “*Available*”, yani mevcut olan şeylerin kararlarımız üzerinde güçlü bir etkisi vardır. Her karar bir temele dayanır, bu temel de bilgilerden oluşur. Biz de kolayına kaçarak bir yığın bilgi arasından halihazırda mevcut olanı seçeriz - belki daha önemli olan ama maalesef önce araştırılması gereken bilgileri değil. Ekonomiden bir örnek verelim: Yönetim kurulu, sırasıyla günlük planda yer alan konuları ele alır. Belki daha önemli olan ama günlük planda yer almayan konu-

ları değil. Politikadan bir örnek: Ben Bern’de yaşıyorum. İsviçre’nin başkenti öyle çok büyük bir şehir değil, bu yüzden de hükümet için çalışan insanlarla tanışmak kaçınılmaz oluyor. Üst düzey bir görevli bana haftalık meclis toplantılarında herkesin öncelikle medyada yer alan yorumları tartışmak istediğini söylemişti. Bunun da çok yorucu olduğunu eklemişti çünkü insanlara sürekli olarak medyada yer alan yorumlardan daha önemli konular olduğunu hatırlatmak zorunda kalıyormuş. Haberlerin bilincimizde en ön sıraları kapmak gibi korkunç bir gücü vardır. Bu da mantıklı kararlar almamızı neredeyse imkânsız kılar – bilhassa da ekonomi ve politikada.

Dolayısıyla haber tüketirseniz haberleri kararlarınızın temeli olarak kullanmak gibi bir tehlikeyle karşılaşsınız –haberler sizin ilgilendiğiniz konuyla neredeyse hiç ilgili olmamasına rağmen. Bu tamamen bilinçsizce gerçekleşir: Mesela dünyanın öbür ucunda bir uçağın düştüğünü duyarsınız. Ertesi gün olası bir anlaşmayı sağlamak için Londra’ya uçuş ihtimaliniz doğar. Siz de uçağa binmez, görüşmeye gitmezsiniz, oysa haberlerdeki uçak ile sizin Londra’ya uçuşmanız arasında hiçbir bağlantı yoktur.

Haberler beynimize güzelce kurulur – biz de onların içinde zevkle yuvarlanırsınız. Fotoğraflar, videolar ve manşetler ne kadar duygusal olursa o kadar çok yer kaplarlar. Böylece haberler zihnimizin en üst çekmece-sine yerleşirler. Bu sayede diğer bütün bilgilerden daha erişilebilir olurlar, halbuki istatistikler, tarihî kıyaslama-

lar, karmaşık argümanlar ve karşı argümanlar kararlar almak için çok daha iyi bir temel oluştururlar.

Konuyu belirleyenin, tartışmada üstünlüğü olur. Habercilerin sizin neyle ilgileneceğinizi belirlemesine izin vererseniz bu insanlara hayatınız üzerinde çok fazla güç vermiş olursunuz. Sevgili okur, kendi hayatınızın kokpitinde siz oturmak istemez misiniz? Dümeni stres altında ve para karşılığı yazı yazanlara devretmeyin. Onlar “mevcut olmayan” ile “var olmayanı” zevkle birbirine karıştırırlar çünkü değerli bilgileri arayıp bulmak için ne bütçeleri ne de zamanları vardır. Biz tüketiciler de bu karışıklığı âdeta otomatikman devralırız.

Haberciler önemli iki şeyi daha birbirine karıştırırlar: “önleyici olan” ile “var olmayanı”. Habercilerin büyük bir çoğunluğu felaketleri engelleyebilecek, yani önleyici olabilecek kahramanca eylemleri görmez. Bir sonraki yangın söndürme operasyonuna muhabir gönderirler. Ama bir insanın ihtiyatlı tavrıyla *engellenen* bir yangın hakkında yazı yazmazlar – yangını engellemek, yangınla mücadele etmekten çok daha etkili bir yöntem olsa da. Diyelim ki biri Amerikan havacılık idaresini, uçaklara kurşungeçirmez kokpit kapıları ve kilitleri taktırmaya ikna etti ve 11 Eylül 2011’deki gibi bir saldırıyı engelledi. Hiçbir gazeteci bu kişi ya da bu fikir hakkında haber yapmazdı. Haberlerde tıbbi acil durumlardan, şirketlerin iflasın eşiğinden dönmesinden, savaş bölgelerindeki kurtarma operasyonlarından bahsedilir ama bu tür şeyleri

engelleyen eylemlerden bahsedilmez. Her gün milyonlarca kahramanca eylem gerçekleştirilir – mühendisler çökmeyecek kadar sağlam viyadükler inşa ederler, pilotlar geceleri ve hava sisliyen uçakları indirirler, anneler çocuklarına doğru anda doğru ilaçları verirler. Bunların hepsi önlemdir. Hepsi zekicedir. Hepsi de toplumsal açıdan kıymetlidir. Fakat bunları ne haberciler ne de haber tüketicileri görür. Tavsiye: Önlem dalında bir Nobel Ödülü olmalı.

Maalesef haberciler üçüncü bir karışıklık daha yaparlar. “Gerçekleşmeyen” ile “önemli olmayanı” karıştırırlar. Bazen tam da mevcut olmayan –yani gerçekleşmeyen– şey önemlidir. Mesela on yıldır enflasyonun beklendiği gibi yükselmemesi. Ya da 2010’dan beri avroda beklenen çöküşün gerçekleşmemesi. Veya istatistiksel olarak kesinlikle olası olan bir pandeminin yaşanmaması. Gazeteciler gerçekleşmeyenleri kayda geçirme konusunda doğal olarak beceriksizdirler çünkü bütün duyularıyla yalnızca gerçekleşenleri algırlar. Havlamayan köpekleri es geçerler – günün birinde birini ısırana kadar.

Temel Mesaj

Habercilerin kör noktaları vardır - bu gazetecilerin değil haber formatının suçudur. “Mevcut olmayan” ile “var olmayanı”, “önleyici olan” ile “var olmayanı”, “gerçekleşmemiş olan” ile “önemli olmayanı” birbirine karıştırırlar. Bu kör noktaları kendi kör noktalarınız haline getirmeyin. Haberlerden uzak durun ve doğru bakmayı yeniden öğrenin.



HABERLER FİKİR VOLKANINIZI KABARTIR



Genetiği değiştirilmiş buğday hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce yapay zekâya karşı yasalar çıkarılmalı mı? Sürücüsüz otomobillere dair görüşünüz nedir? Hafif uyuşturucular yasallaştırılmalı mı?

Bu ya da bunlara benzer sorular duyduğunuzda konunun uzmanı olmasanız bile beyniniz anında fikir üretmeye başlar. Bu durumda da *fikir volkanı* kendiliğinden patlar ve kontrol edilemez. Oysa burada klasik bir davranış hatası söz konusudur: Birincisi aslında bizi ilgilendirmeyen, ikincisi tam olarak cevaplayamayacağımız ve üçüncüsü bizim kısıtlı beynimiz için fazla karışık olan konularda fikir üretiriz. Size her bir durum için birer örnek vereceğim.

İlk örnek aslında beni ilgilendirmeyen bir şeyle ilgilidir: Birkaç yıl önce kendimi bir doping skandalıyla ilgili fikir püskürtürken yakaladım, halbuki ne o günkü branşı ne de başka bir spor dalını takip ederim ve bu sporcula-

rın nasıl başarılı oldukları beni hiç ilgilendirmiyor. Fikir üretmesem de buna bağlı olarak heyecanlanmasam da olurdu. Ama öncesinde rastgele bir haberi açıp bu konuyla karşılaştığımı hatırlıyorum. Haberlere bakmamış olsam fikir volkanım huzurla uyumaya devam edebilirdi.

İkinci örnek tam olarak cevaplanamayacak bir şeydir: Önümüzdeki yıl güzel bir yaz geçirecek miyiz? İsviçre’de, Muotathal isminde oldukça تنها bir vadi bulunur. Orada yaşayan birkaç insan –kendilerine “Muotathallı hava tahmincileri” diyen bir grup insan– karıncalara, çam kozalaklarına ve bunlar gibi şeylere bakarak hava durumunu tahmin etmeyi kendilerine iş edinmişler. Şaka değil bu. Üstelik oralı dağ çiftçileri hiç de utangaç insanlar değiller, röportajlar verme konusunda çok becerikliler. Elbette tahminlerinin birçoğu yanlış, çok büyük olasılıkla bunu kendileri de biliyorlar. Ama gazetelerin ve televizyon kanallarının onları kamuoyuna sunmayı, sorular sormayı sevdiklerinin çok iyi farkındalar, böylece onlar da büyük bir heyecanla orman karıncalarına danışmaya devam ediyorlar. Gerçek şu ki hiç kimse önümüzdeki yazın nasıl olacağını bilemez. Vadinin birinde küçük bir fikir volkanı patlıyor diye dikkat kesilmenize gerek yoktur.

Son örnek beynimiz için fazla karışık olan bir soru soralım: Önümüzdeki yirmi yılda bir dünya savaşı yaşanacak mı? Cevaplamak imkânsız. Ama bir haber tüketicisi olarak neredeyse her gün Çin ile ABD arasındaki artan gerginlikle ilgili bir hikâyeye karşılaşıyorsunuz. Bu da çok yakın bir zamanda iki büyük güç arasında bir patlama

olacağı anlamına mı geliyor? Kesinlikle söylenebilecek tek şey, bu olasılığın yüzde sıfırdan büyük ve yüzde yüzden de küçük olduğudur. Medyanın jeopolitik gerginliklere yoğunlaşmasının bir dünya savaşının gerçek olasılığıyla hiçbir ilgisi bulunmamaktadır.

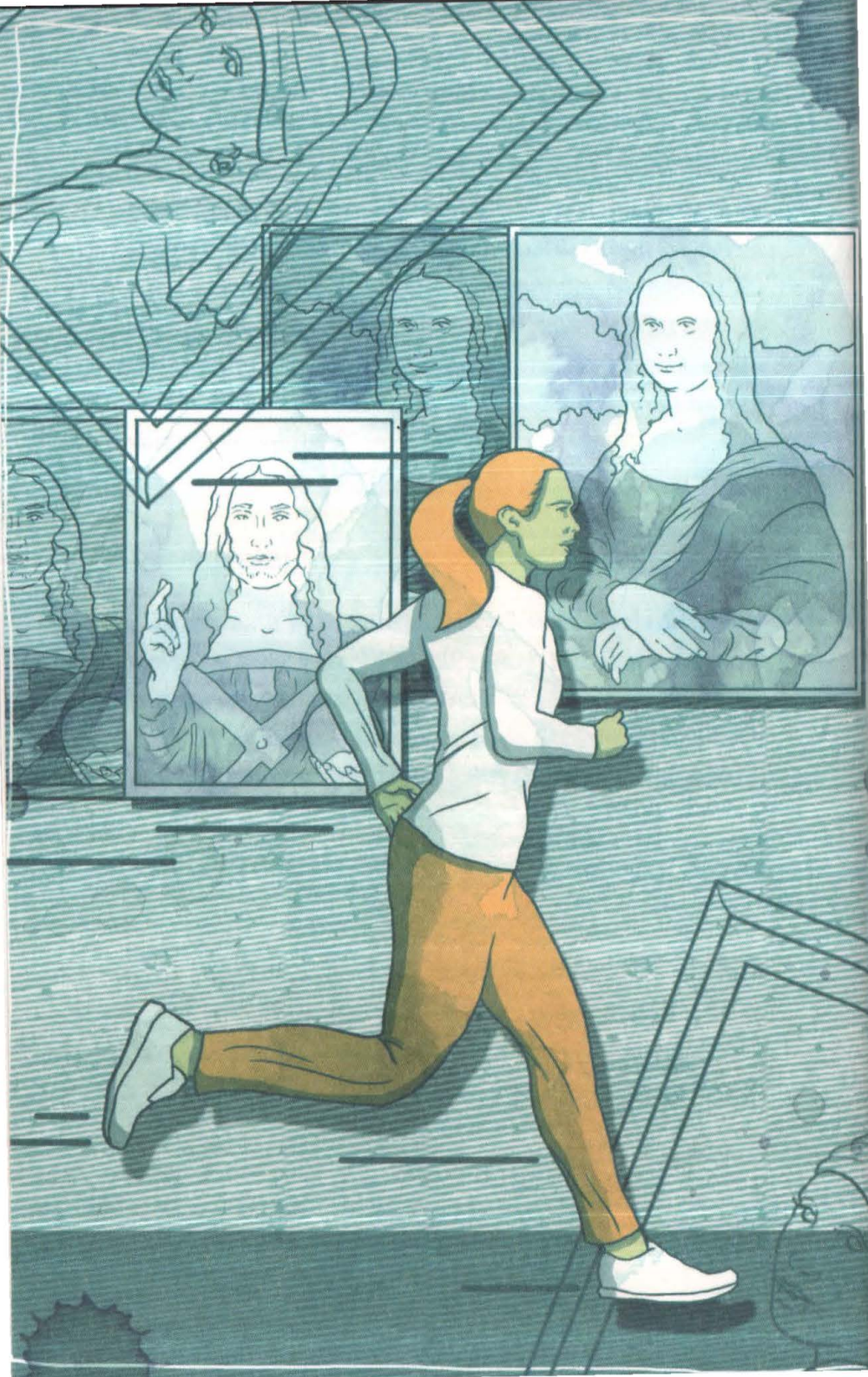
Buna rağmen anında –özellikle de cevaplanması zor sorularda– ya bir yana ya öbür yana meylederiz. Üzerinde durduğumuz noktayı sağlama alacak gerekçeler bulmak üzere yaparız bunu ancak ondan sonra aklımıza danışırız. Bu da *duygulanım eğilimi* denen şeyle ilgilidir. Duygulanım aceleci ve tek boyutlu bir histir. Bu his yüzeyseldir ve yalnızca iki şeyden anlar – ya pozitif ya negatif, “hoşuma gitti” ya da “hoşuma gitmedi”. Bir yüz görürüz – hoşuma gitti. Bir cinayet haberi duyarız – hoşuma gitmedi. Hafta sonu güneşli – hoşuma gitti. Yağmurlu – hoşuma gitmedi. Duygulanımların her durumda kendi gerekçeleri vardır, bunlar sadece duygulanım ile doğru cevabı birbirine karıştırdığımız zor sorular karşısında yaşanmaz. Haberler tam da gereksiz duygulanımlar yaratmak üzere tasarlanmıştır. Hatta duygulanım yaratmayan bir haber tüketmek imkânsızdır. O yüzden en iyisi haberleri bırakın.

Kısacası her şey hakkında bir fikir üretilmesi gerektiğine inanmak çok büyük bir yanıltır. Fikirlerinizin yüzde doksanı gereksizdir. Fakat haber tüketimi bizi durmaksızın fikir üretmeye iter. Bu da konsantrasyonumuzu ve iç huzurumuzu mahveder. Bilindiği üzere fikirler burun gibidir, yani herkeste bir tane vardır. Eğer haber tüketirseniz âdeta burundan ibaret bir yüzünüz olur. Bir

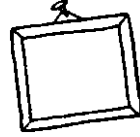
daha herhangi bir konuya illaki müdahil olma ihtiyacı duyarsanız, aklınızı bunu getirin. Ya da daha medeni bir tavır takınıp muhtemelen tüm zamanların en iyi devlet adamı olan Marcus Aurelius'u düşünün. Neredeyse iki bin yıl önce aynı şeyi tavsiye etmiş: “Şu ya da bu konuda fikir sahibi *olmamak* ve iç huzurunu bozmamak senin elinde. Çünkü şeylerin kendileri doğaları gereği bizden yargı beklemezler.”

Temel Mesaj

Fikirlerinizin yüzde doksanı gereksizdir. Onlarla uğraşmayın ve haberlerin, fikir volkanınızı fazladan ısıtmasına izin vermeyin. Gerçek özgürlük belirli bir konuda fikir üretmek *zorunda olmamaktır*. İfade özgürlüğünden önce fikir bildirmeme özgürlüğü gelir. Onu el üstünde tutun!



HABERLER DÜŞÜNMEYİ ENGELLER



Düşünmek konsantrasyon gerektirir. Konsantre olabilmek için de rahatsız edilmeden zaman geçirebilmek gerekir. Haberlerin insanı önüne katıp sürükleyen akıntısının önünü açarsanız konsantrasyonunuz anında yok olur. Haberler sizi sığ düşünörlere çevirir. Ama bu kadarıyla kalmaz: Hafızanıza da zarar verir.

İki tür bellek vardır. Uzun süreli belleğin kapasitesi yüksektir, çalışma belleğiye çok az şeyi kaydeder (sadece bir kez duyduğunuz on haneli bir telefon numarasını tekrar etmeyi deneyin). Çalışma belleğinden uzun süreli belleğe giden yol beyninizdeki bir iğne deliğinden geçer. Anlamak istediğiniz her şeyin bu noktayı geçmesi gerekir. Soyut bilgilerde bu yalnızca konsantrasyonla sağlanır. Haberler konsantrasyonunuza zarar verdiği için kavrama becerinizi zayıflatır.

Paris'e bir dakikalığına gitmezsiniz. Louvre'u otuz saniyede gezmezsiniz. Neden? Çünkü beyniniz yeni izlenimleri algılayabilmek için önce bir ısınma sürecine ihtiyaç

duyar. Okumaya odaklanabilmeniz için kendinizi en az on dakika okumaya vermeniz gerekir. Daha az zaman ayırırsanız beyniniz bilgileri yalnızca yüzeysel olarak işler ve kaydedemez. Kendinize bir sorun: Son bir ay içindeki (bugün hariç) en önemli on haber neydi? Birçok insan beş tane bile sayamıyor. O halde bilginizi artırmayan bir şeyi neden tüketesiniz?

İnternet haberleri basılı haberlerden daha kötüdür: Nicholas Carr'ın yaptığı bir çalışma, bir metinde ne kadar çok link varsa metnin anlaşılma oranının o kadar düştüğünü gösterdi. Neden? Çünkü beyniniz her link karşısında basıp basmamak arasında bir karar vermek zorunda kalır. Kesintisiz bir dikkat dağınıklığı yaratır – birinin sürekli kapıyı çalması ya da telefonun iki saniyede bir çalması gibi.

Ama en büyük dikkat dağınıklığına çevrimiçi videolar yol açmaktadır – özellikle de heyecan verici başlangıç ekranları olan videolar. Böyle bir durumda beyniniz *tıklamamak* için gerekli iradeyi bulamaz. Böylece kıymetli birkaç dakika daha kaybedilmiş olur. Aslında birkaç dakikadan daha fazlasını kaybeder çünkü hemen ardından bir sonraki video önerilir. Sonra da bir sonraki. Bir süre sonra saate bakıp şöyle dersiniz: Zaman nasıl da geçti, nerede kalmıştım?

Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Herbert Simon bu sorunu yarım yüzyıl önce fark etmişti: “Bilginin ne tükettiği çok açık. Bilgi, alıcısının dikkatini tüketir. Aşırı bilgi dikkat eksikliğine yol açar.” Herbert Simon’un zamanında sabırla

haberleri beklerdik (posta kutusundan gelecek bir tıkırtıyı ya da akşam haberlerinin gong sesini), hatta haberlere ulaşmak (gazete bayisine gitmek) için evden çıkmamız gerekirdi, oysa şimdi dikkat eksikliğimiz, alarmlar, mesajlar, haber siteleri, haber linkleri ve diğer kesintilerle ölçüsüzce artıyor. Artık biz haberleri bulmuyoruz, haberler bizi buluyor – her neredeysek.

Peki bu dijital dikkat dağıtıcılara neden bu kadar kolay teslim oluyoruz? Çünkü medya şirketlerinin algoritmaları hangi fotoğrafların ve videoların irademizi alt edeceğini çok iyi biliyorlar. Bu algoritmalar her ay biraz daha iyileşiyor ve sizin durumunuz, sevgili okur, her ay biraz daha kötüleşiyor. Haber sitelerine yaptığınız her ziyaret çekim gücüyle irade gücü arasında bir savaş demektir – sizin irade gücünüzse çoğunlukla kaybeder. Neden beyninizi, üstelik kazanılabilecek hiçbir şey yokken hiç de adil olmayan bu kanlı savaşa gönderesiniz?

Aslında gerçek daha da kötüdür. Kazanacak bir şeyiniz olmadığı gibi kaybedecek şeyleriniz vardır. Sadece konsantrasyonunuzu ve daha anlamlı şeyler yapmak için kullanabileceğiniz iradenizi kaybetmiyorsunuz. Amerikalı psikoloji profesörü Roy Baumeister, iradenin kısa vadede bir kas gibi işlediğini gösterdi. Bir maratonun ardından artık bir tenis topu gibi etrafta zıplayamazsınız. ATP (adenozin trifosfat), yani kas enerjiniz tükenir, önce yeniden şarj olmanız gerekir. Aynı şey irade için de geçerlidir. Baumeister bu bağlamda *irade yorgunluğundan (willpower depletion)* söz eder: İradeniz bir kez bitkin düştüğünde

güç ve kararlılık gerektiren bir sonraki işte kullanıma hazır olmaz. Bir sürü haber tükettiğiniz iş günlerinin kaybedilen zaman hesaba katılmasa dahi tatmin edici olmayışının sebebi budur: Çünkü başka bir şey yapacak durumda olmazsınız.

Haber siteleriyle mücadelenizi nasılsa kaybedeceğiniz için en mantıklı taktik savaş alanına hiç girmemek, yani haber sitelerine girmekten tümüyle kaçınmaktır. Ayrıca: Karşılığında yalnızca saçmalık ve reklam alacakken bu şirketlere değerli yaşam sürenizi, sürekli gerekli olan iradenizi ve kişisel verilerinizi niye hediye edesiniz ki? Akıl almaz derecede berbat bir anlaşma! Haberler zihinsel kirliliktir. Beyninizi temiz tutun: O sizin en önemli organınız.

Temel Mesaj

Düşünmek konsantrasyon gerektirir. Haberler dikkatinizi maksimum seviyede dağıtacak şekilde tasarlanmıştır çünkü bu iş böyle yürür. Haber sitelerine yaptığınız her ziyaret çekim gücüyle irade gücü arasında bir savaş demektir – sizin irade gücünüzse çoğunlukla kaybeder. Bu kanlı savaşa katılmayın. Yalnızca kaybedersiniz.



HABERLER BEYNİMİZİ DEĞİŞTİRİR



Beynimiz yaklaşık olarak seksen yedi milyar sinir hücresinden oluşur, bunlar yüz trilyondan fazla sinapsla birbirine bağlıdır. Bilim insanları uzun bir süre, yetişkinliğe eriştiğimizde beynin gelişimini tamamladığını düşünmüşlerdi. Bugün biliyoruz ki beynimiz sürekli olarak değişmektedir. Sinir hücreleri düzenli olarak eski bağlantıları koparıp yenilerini kurarlar. (Daha doğrusu sinapslardaki reseptörlerin hassasiyetleri değişir.) Üzerimize yeni bir kültürel fenomen, mesela haber seli boca edildiğinde düşünme organımız da dönüşür. Beyin, kelimenin tam anlamıyla, yıkanır. Haber seline uyum sağlama süreci gerçekten biyolojik düzlemde de yaşanır. Haberler bağlantılarımızı yeniden döşerler. Bunun sonunda beynimiz, haber tüketmediğimiz zamanlarda dahi farklı çalışır: Farklı ama –tahmin edebileceğiniz gibi– daha iyi değil.

Londra’da taksiciliğe yeni başlayan sürücülerin, taksili lisansı almak için korkunç miktarda bilgiyi beyinlerine

tıkıştırması gerekir. Çünkü Londra'da 25.000 cadde ve sayısız görülecek yer vardır. Taksi şoförlerinden bunların her birini bilmesi beklenir. Bu açıdan bakıldığında Londra'da taksi şoförü olmak için verilen eğitimin üç dört yıl sürmesi hiç şaşırtıcı değildir - beyin, metropolün gerçeğe uygun bir kopyasını ancak bu kadar sürede çıkarabilir.

Muhtemelen taksicilerin bu ezber bilgisinin, Google Haritalar ya da diğer uygulamalar sayesinde modası geçecek. Londra College Üniversitesi'nden araştırmacılar Eleanor Maguire, Katherine Woollett ve Hugo Spiers taksi şoförlerini bir deneyde kullanma fırsatı buldular. Taksicilerin beyinlerindeki cadde bilgisini gözlemlemenin bir yolunun olup olmadığı sorusuyla işe başladılar. Yani biri taksi şoförü olduğunda beyin yapısı değişiyor muydu? İşe yeni başlayan taksicileri ve otobüs şoförlerinden oluşan bir kontrol grubunu (onların hep aynı güzergâhta gittikleri için 25.000 caddeyi bilmeleri gerekmiyor) belirli aralıklarla MR'a soktular. Araştırmacılar ölçümlerin başında beyinler arasında bir fark göremediler. Fakat taksi şoförleri birkaç yılın ardından lisanslarını aldıklarında araştırmacılar hipokampusta (bu bölge uzun süreli bellek için önemli) yapısal bir değişiklik gözlemlediler: Taksi şoförlerinin beyinlerinin bu bölgesinde otobüs şoförlerinininkine kıyasla belirgin derecede daha fazla sinir hücresi bulunuyordu. Yıllar geçtikçe beyin yapısındaki farklılık da büyüdü. Taksicilerin "zihinsel yol haritası" daha iyiydi ama yeni bir geometrik çizimi algılamakta daha kötüydüler. Oto-

büs şoförlerininse bu konuda bir sıkıntısı yoktu. Çünkü beynin bir bölgesindeki gelişim, başka bir bölgesindeki gerilemeyle bağlantılı olabilir. Beyinde benzer yapısal değişiklikler müzisyenlerde, jonglörlerde ve birkaç dille büyüyen insanlarda da gözlemlenebilir.

Tokyo Üniversitesi'nden araştırmacılar Kep-Kee Loh ve Ryota Kanai haber tüketimiyle ilgili şunu tespit etti: Bir insan eş zamanlı olarak farklı medyaları ne sıklıkla tüketirse anterior singulat korteksteki beyin hücreleri o kadar azalır - yani beynin diğer şeylerin dışında dikkatli olmaktan, ahlaki düşüncelerden ve dürtü kontrolünden sorumlu bölgesi. Bu gerçekten de haber bağımlılarında gözlemlenebilen bir durumdur: Bu kişilerin odaklanma becerileri azalır ve duygularına hâkim olmakta sıkıntılar yaşarlar.

Dolayısıyla sevgili okur, ne kadar çok haber tüketirseniz, bilgilere göz gezdirmeye ve aynı anda birçok işi yapmaya yarayan nöral devrelerinizi de o kadar çok çalıştırırsınız. Aynı anda etkili okumalar yapmak ve derinlemesine düşünmek için gerekli olan nöral devreleri de köreltmüş olursunuz. Birçok tutkulu haber tüketicisinin -bir zamanlar tutkulu kitap okurları olsalar bile- artık daha uzun makaleleri ya da kitapları okuyacak durumda olmadıklarını her zaman gözlemliyorum. Dört beş sayfanın ardından yorulup dikkatleri dağınık ve huzursuzlanırlar. Bu, yaşlanmalarından ya da zamanlarının daralmasından kaynaklanmaz. Daha ziyade beyinlerinin fiziksel yapıları değiştiği için bu yaşanır. San Francisco'daki California

Üniversitesi'nden Michael Merzenich bunu şöyle ifade eder: “Beynimizi saçma sapan şeylere dikkat kesilmesi için eğitiyoruz.”

Eğer kitap kurdu değilseniz okuma becerisi kaybıyla baş edebileceğinizi düşünebilirsiniz. Ama etkili okuma ispatlanabilir bir şekilde net düşünebilmekle bağlantılıdır. Odaklanma ve bir konuyu derinlemesine düşünme becerisini yeniden kazanmak istiyorsanız habersiz bir zihinsel diyetten geçmeyen hiçbir yol yoktur. Benim tecrübeme göre, beynin uzun metinleri yorgunluğa kapılmadan algılayabilmesini sağlayan yapıya yeniden kavuşması için yaklaşık olarak habersiz geçen bir yıl gerekiyor. Ne kadar erken başlarsanız, bu noktaya o kadar çabuk ulaşırsınız. Başlarda zorlanırsanız pes etmeyin. Sonuçlarına değen her şeye başlamak zordur.

Temel Mesaj

Haber tüketirseniz beyninizin fiziksel yapısı yavaş yavaş değişir. Beyninizin kısa bilgilere göz gezdirmeye yarayan bölgesini çalıştırmış olursunuz. Aynı anda uzun metinler ve enine boyuna düşünme konusunda uzmanlaşmış devreleri köreltirsiniz. Yorulmadan kitapları ve uzun makaleleri yeniden okuyabilmek ister misiniz? Öyleyse haber tüketmeyi bırakın!



HABERLER SAHTE ŞÖHRET YARATIR



Bir toplumun işler durumunda olması, insanların birbirleriyle işbirliği yapmasına bağlıdır. Bir kişinin namı, onun işbirliğinin bir ortağı olarak niteliklerine dair bir sinyaldir. Maalesef bu sinyal haber dünyası yüzünden güvenilir bir hal aldı. Evrimsel geçmişimizde bir kişinin namı doğrudan başarılarıyla ya da gücüyle ilişkiliydi. Kim vahşi bir hayvanı kendi elleriyle öldürürse, kim başka birinin hayatını kurtarırsa, kim ateş yakmakta becerikliyse gereken itibarı (beceriyle gelen namı) kazanırdı. Başarılı taktikleri ve işbirliği yöntemleriyle konumunu koruyan bir kabile lideri, aynı şekilde namının (güçle gelen namın) tadını çıkarırdı.

Fakat Taş Devri'nin geride bırakılmasından çok sonra bile ünle başarı ya da güç arasındaki ayrılmaz bağ hâlâ mevcuttu. Aristoteles, Sappho, Augustinus, Beethoven, Newton, Darwin, Marie Curie, Einstein – hepsi yetenekleri sayesinde kavuştukları şöhretin tadını çıkardılar. İmparatorlar, krallar ve papalar ise şöhrete güçleri sayesinde

kavuştular. Bununla beraber Marcus Aurelius hem yeteneği hem gücü sayesinde şana ulaşmıştır.

Haberlerin gelişiyile birlikte aniden, daha önce adını kimsenin duymadığı tuhaf silüetler etrafta dolaşmaya başladı: “ünlüler”; hem toplum için hem de bizim kişisel yaşamlarımız için hiçbir anlam ifade etmeyen sebeplerle tanınmış insanlar. Medya bugün tolkşov konuklarına, spor spikerlerine, süpermodellere ya da pop yıldızlarına beş para etmez gerekçelerle “ünlü” sıfatını kazandırıyor, böylece ün ile başarı arasındaki ilişkinin altını oyuyor. Sonuç: *sahte şöhret*. Ünlülük, kerameti kendinden menkul bir sistemdir. Ünlü biri, ünlü olduğu için ünlü artık. O kişinin nasıl ünlü olduğu çabucak unutuluyor, haber sirkinde bunun hiçbir önemi olmuyor. Medya, ünlü oldukları için ünlüler hakkında haber yapıyor. Haberlerin yükselişinden önce, yeteneği ya da gücüyle ünlenmemiş birinin adını söylemek neredeyse imkânsız. Olsa olsa birkaç suçludan bahsedilebilir.

Donald Henderson’ın adını hiç duydunuz mu? Dünya Sağlık Örgütü’nün çiçek hastalığının kökünü kurutan ekibini yönetiyordu. Çiçek hastalığı yüzlerce yıl boyunca en tehlikeli enfeksiyon hastalıklarından biriydi, yüksek bulaşıcılık oranı ve yüksek ölüm oranıyla şeytani bir kombinasyondur. Henderson yönetiminde tutarlılıkla sürdürülen aşılama ve mücadele programı sayesinde imkânsız denilen başarıldı: Çiçek virüsü sonsuza dek yenildi. Hayati tehlike yaratan bir salgının kökü ilk kez kurutulmuştu – tıp tarihinin en büyük zaferlerinden biriydi. Bilim insanı

iltifatlarla ve ödüllere boğuldu. 1986'da ABD Ulusal Bilim Madalyası'nı, 2002'de Başkanlık Özgürlük Madalyası'nı kazandı - ABD'nin en yüksek devlet nişanını. Henderson medyadan ürken biri değildi. Tam tersine. Salgının kökünü kuruttuktan sonra Johns Hopkins Üniversitesi'nin dekanlığını -dünyanın en önemli tıp üniversitelerinden biri- ve ABD hükümetinin üst düzey danışmanlığını yaptı. Yine de adı medyada neredeyse hiç geçmedi. Neden?

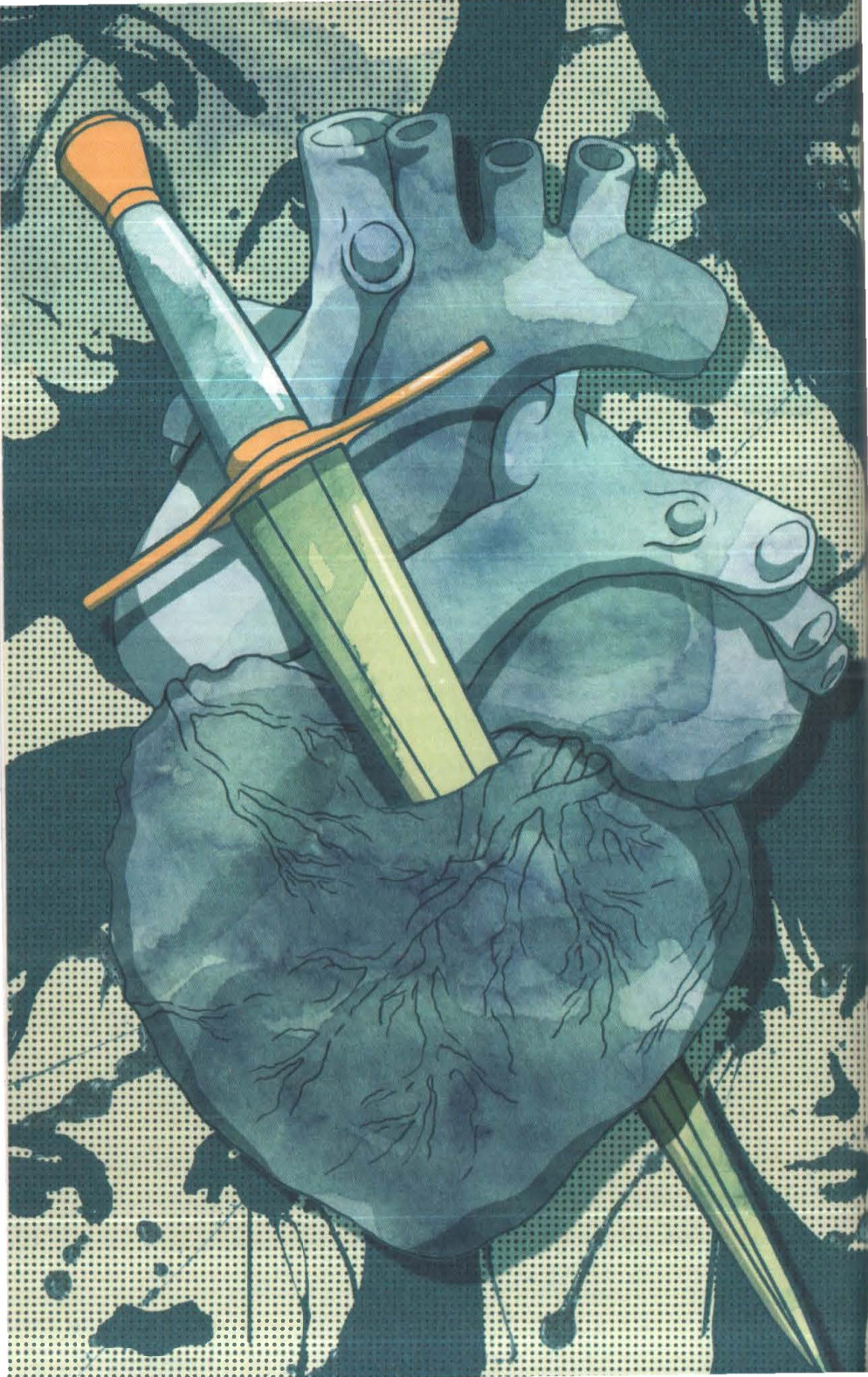
Medya ünlülere odaklandığı için. Henderson'ın sunacak "tek" şeyi başarısıydı - yamuk bir saç kesimi, düşük bir çenesi ya da gösterişli tasarım kıyafetleri yoktu. Bu yüzden -enfeksiyon hastalıkları gibi bir konuyla ilgilenmek fazlasıyla yorucu olduğu için- medyanın dikkatini çekmeyen biri halini aldı.

Ünlü olmak aslında kötü bir şey değildir. Üzücü olan gerçekten kıymetli şeyler başaranlara, ünlüler yüzünden medyada yer kalmamasıdır. Ünlüler gazetelerin sayfalarını, televizyon programlarını, blogları ve tweet'leri ne kadar doldurursa Henderson gibi insanlarla ilgili haber yapacak alan o kadar azalacaktır.

Haber medyası ün ile başarı arasındaki bağı kopardı. Eğer haber tüketirseniz yalnızca *sahte haberlere* karşı değil, *sahte şöhretlere* karşı da savaşırsınız. Kendinize bu kötülüğü yapmayın. Hele topluma hiç yapmayın.

Temel Mesaj

Sahte şöret neredeyse *sahte haberler* kadar kötüdür. Eğer haber tüketirseniz *sahte şöretlere* çanak tutmuş olursunuz. Bundan sadece siz değil, toplum da etkilenir çünkü *sahte şöretler* gerçekten kıymetli şeyler başaran insanlara yer bırakmaz. Haberler olmayınca beyniniz, gerçekten büyük işler başaran insanları nihayet yeniden algılayabilecektir.



HABERLER İTİBARIMIZI ZEDELER



Bir yazar olarak yazarlar hiyerarşisinin neresinde durduğumu tam olarak biliyorum: Haftalık çoksatan listeleri var. Onlarca internet sitesinde yıldız vererek yapılan değerlendirmeler var. Uzun ve kısa listeleriyle edebiyat ödülleri piramidi var. *Cicero* dergisinin puanlamaları var. Amazon'da anlık satış listeleri var. İnternette yorumlar, övgüler ve yergiler var. Sosyal medyada takipçiler ve beğeniler var. Yazar olarak statümü saniye saniye şeffaflıkla takip edebilirim. Bu aşırı kıyası kaldıramıyorsam yanlış meslek seçtim demektir.

Tamam; yazarlık, hiyerarşilerin şeffaflığı için uç bir örnektir. Bu konuda herhangi bir şikâyetim de yok. Sorun şu: Çalışan her insan bir hiyerarşinin içinde yaşar - mimarlar, müteahhitler, sigortacılar, bankacılar, aşçılar. İnsanların birçoğu statülerindeki değişimlere aşırı hassas tepkiler verir. Neden?

Biz insanlar dört bin memeli türünden biriyiz. Bunun psikolojimiz üzerinde önemli sonuçları olur. Gelecek nesil

için çok büyük yatırımlar yapıyoruz. Anne karnındaki süre de çok fazla enerjiye mal oluyor. Doğumdan sonra birçok memeli korunmaz, beslenmez, eğitilmez ise hayatta kalamıyor. Hamilelik ve lohusalık sürecinde, annenin olası daha iyi erkeklerle çiftleşmesi imkânsız hale gelir – bu da dişiler için ciddi bir fırsat kaybıdır. O yüzden dişi memeli hayvanlar kiminle çiftleşeceği konusunda aşırı dikkatli davranır. Onlar için esas kriter kaynaklara erişimdir. Bütün memeli hayvan türlerinde –homo sapiens dâhil– yüksek statü, kaynaklara daha çok erişim vadettiği için kadınlar –basitleştirerek söylüyorum– yüksek statülü erkeklerle meyleder. Bu çoğunlukla bilinçsizce gerçekleşir. “Âşık olmak”, evrimin bu uğurda uydurduğu bir mekanizmadır.

Dişilerin statü eğiliminin erkeklerdeki karşılığı gizli statü korkusudur. Kadınlar genlerinin yarısını babalarından aldıkları için, statüye erişme eğilimi onların içine de kök salmıştır. Üstelik kadınlar da kendi statü piramitlerini inşa ederler – gençlik, güzellik gibi meşhur özellikleri temel alarak.

Sonuç: Hepimiz hiyerarşiler içerisinde bir araya geliyoruz; iş hayatında, askerlikte, kilisede, sporda, komşulukta, hatta oyun alanında bile. Bu hiyerarşilerden kaçamayız. Şimdi belki şöyle diyebilirsiniz: *Ne olmuş yani?*

Statü değişikliği yalnızca bir his meselesi değildir. Londra College Üniversitesi'nden Profesör Sir Michael Marmot, düşük statülerdeki insanların daha kolay has-

talandıklarını, daha sık depresyona girdiklerini ve daha erken öldüklerini gösterdi. Statünün önemli fiziksel sonuçları mevcuttur.

Peki bütün bunların haberlerle ne ilgisi var? Çok basit: Haberler zaten yeterince acımasız olan doğal statü hiyerarşisini, aşırı güzel ve başarılı insanlardan bahsederek daha da acımasız hale getiriyor. Âdeta bir büyüteç etkisi yaratıyor. Her yıl en zengin insanlar listesinin yayımlandığı gün (İsviçre’de “*Bilanz-300* listesi”, Almanya’da *Manager Magazin*’in “En zengin Almanlar listesi”, ABD’de “*Forbes Global 200* listesi”), milyoner olmayanlar şöyle dursun, “normal” milyonerler için bile mutlu bir gün değildir. “Yılın yöneticisi”, “yılın girişimcisi”, “yılın sporcusu”, “yılın reklamcısı”, “yılın sanatçısı”, “yılın pop şarkıcısı”, “yılın bahçıvanı” gibi aptalca ödüller, “normal” yöneticilere, girişimcilere, sporculara ve diğerlerine vücutlarının zararlı stres hormonlarına boğulmasına sebep olan bilinçdışı bir sinyal gönderir. Güzel ve genç manken korteji “normal” her kadın için bir yürek sızısıdır – fiziksel olanlar da dâhil bütün olumsuz etkileriyle birlikte.

Ama medya çan eğrisinin diğer ucundakilerden de bahseder – talihsizlerden, kaybedenlerden, korkunç çirkinlerden, psikopatlardan, başarısızlardan. Bunlar biz “normal” insanlar için gizli gizli sevinme sebebi değil mi? Hayır, çünkü psikolojideki kurala göre kötü olan iyi olandan iki kat daha etkilidir. Kendimizi sistemin en köşesindekiyle kıyaslayarak değerlendirmemize rağmen

(iyi), Bill Gates ya da Charlize Theron’la kıyaslamak iki kat fazla etkili olur (kötü). Yani haber tüketiminin ruhsal dengemiz üzerindeki net etkisi eksilerdedir.

Sonuç olarak: Haber tüketimi yüzünden olası rakipler, evreni tüm dünyayı kaplayacak kadar genişliyor. Bizimle hiç ama hiç ilgisi olmayan insanlarla kendimizi kıyaslıyoruz. Bu yüzden kendimizi olduğumuzdan daha itibarsız görüyoruz. Elbette haberleri rasyonel bir şekilde karşılayabiliriz. Ama öyle yapmıyoruz. Duygusal sonuçları oluyor, buna bağlı olarak da fiziksel ve hormonal değişimler yaşanıyor. Stres seviyemiz artıyor. Serotonin seviyemiz düşüyor. Boynumuz bükük, kalbimiz kırık, ortalıkta ayak sürüyoruz. Halihazırda yeterince zor olan hayatımızı biraz daha zor hale getiriyoruz. Bu döngüden, gülünç haber tüketiminden ve bu gülünç statü yarışından çıkmanın tam zamanıdır.

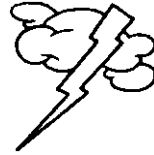
Temel Mesaj

Yerel statü hiyerarşilerinin içinde yaşıyoruz. Hiyerarşideki yerimiz hangi hormonları salgılayacağımızı, kendimizi nasıl hissedeceğimizi belirliyor. Bu, yukarıda olanlar için güzel, ortalarda olanlar için biraz daha az güzel, en aşağıdakiler içinse acımasızca bir durumdur. Haberler yerel hiyerarşileri küresele çevirir, bu da hepimizi biraz daha aşağıya çeker – hormon miktarımız ve duygu

dünyamız için her türlü olumsuz sonuçlarıyla beraber. Bu ikinci hiyerarşiye ihtiyacınız yoktur. Haberlerden vazgeçerek bundan kurtulabilirsiniz.



HABERLER BİZİ PASİF HALE GETİRİR



Haberlerde anlatılanlar çoğunlukla değiştiremeyeceğiniz şeylerle ilgilidir. Teröristlerin bir yerlerde bomba patlatması, İzlanda'da bir volkanın patlaması, Sahra'da yüz binlerce insanı etkileyen bir kıtlık felaketi, saçma bir tweet atan Amerikan başkanı, yola çıkan yeni bir mülteci dalgası, Apple'ın yeni modellerinde kulaklık girişini kaldırması, Volkswagen'ın atık gaz testinde hile yapması, Brad Pitt'in Angelina Jolie'den ayrılması vs. Bunların hepsi sizin kontrolünüzün dışındadır. Haberlerde duyduğunuz neredeyse hiçbir şeyi değiştiremezsiniz.

Her gün, değiştiremeyeceğimiz şeylerden bahsedilip durması bizi pasif hale getirir. Haberler bizi yıpratır; bizi hüzne, umutsuzluğa ve karamsarlığa sürükler. Tabii ki bir şeylere yardım etmek isteriz. Tabii ki bir işin ucundan tutmak ve dünyayı birazcık olsun düzeltmek isteriz. Ama maalesef öyle olmuyor. Nihayetinde geçindirmemiz gereken bir ailemiz var. Zamanımız zaten kısıtlı. Dünyanın öbür ucundaki bir volkanın patlamasını nasıl durdurabiliriz

veya bir teröristin elinden bombayı nasıl alabilir ya da insanları açlıktan nasıl kurtarabiliriz? Felaket görüntülerine maruz kalkmakla lanetlenmişiz, üstelik hiçbir şey yapamayacağımızı da çok iyi biliyoruz.

Beynimiz belirsiz bir bilgiyle karşılaşp hiçbir eylemde bulunamadığında zamanla kurban rolüne bürünürüz. Hareket dürtümüz azalır. Pasifleşiriz. Buna karşılık gelen bilimsel kavram *öğrenilmiş çaresizliktir (learned helplessness)*.

Amerikalı psikologlar Martin Seligman ve Steven Maier öğrenilmiş çaresizliği 1960'larda keşfetti. Bunu önce hayvan deneyleriyle başardılar. Farelerin kuyruklarının ucuna bir tel bağladılar. Bu tel üzerinden hayvanlara elektrik şoku verdiler; bu şok, acı verici değil, sadece "rahatsız ediciydi". Birinci fare grubu bir tekerleğin içinde dönerek elektrik şokunu kapatabiliyordu. Yani bu farelerin durum üzerinde kontrolleri vardı. İkinci gruptaysa tekerleği döndürmenin hiçbir etkisi yoktu. Bu fareler kaderlerine terk edilmişti.

İki grupta da koşullar bire bir aynı olmasına rağmen (aynı şiddette ve sıklıkta elektrik şoku) bir dizi şokun ardından tamamen farklı davranışlar gösterdiler. İlk gruptaki fareler dikkat çekici davranışlar sergilemedi. Hiçbir şey olmamış gibi yollarına devam ettiler. İkinci gruptaki hayvanlardaysa belirgin bir davranış değişikliği gözlemlendi. Ürkek ve pasif oldular, cinsel dürtüleri azaldı, *anhedoni* (yani zevk alma kabiliyetinde azalma, haz yitimi) belirtileri gösterdiler, yeni şeylere karşı antipati ve belirsizliğe karşı korku geliştirdiler.

Haber şoklarının üzerimizdeki etkisi elektrik şokunun ikinci gruptaki farelerin üzerindeki etkisine benzer biraz. Haberlerde anlatılan hikâyeler ve gösterilen görüntüler bizi duygusal olarak altüst eder ama bizim döndürebileceğimiz bir “tekerleğimiz” yoktur. Elbette en zekice olanı haber girişini tamamen kapatmak ama bunun için de birçoğumuz fazla iradesiziz.

En sinsice olan da öğrenilmiş çaresizliğin bizi yalnızca haberlerdeki konulara karşı pasif kılmamasıdır. Hayır. Öğrenilmiş çaresizlik hayatımızın bütün alanlarına yayılır. Haberler bizi bir kez pasifleştirdi mi, ailemize, işimize karşı da pasif bir tavır takınmaya meylederiz – yani tamamen inisiyatif sahibi olduğumuz alanlarda bile.

Bu çabuk yapılmış bir çıkarım olabilir fakat haber tüketimi, bir medeniyet hastalığı olan depresyona katkıda bulunmuyorsa gerçekten şaşırmam. Zamanı göz önünde bulundurursak depresyonun yaygınlaşması ile haber seli aynı zamana rastlar. İngiliz medya araştırmacısı Jodie Jackson da benzer bir sonuca varmıştır: “Haberlere maruz kaldığımızda sürekli olarak çözümsüz sorunlarla karşılaşyoruz, üstelik anlatılanlar da sorunların çözüleceğine dair pek de umut vermiyor.” O yüzden haber tükettikçe depresif hissetmemiz şaşırtıcı değildir ki haberlerin bize sunduğu asıl şeyin çözümsüz sorunlar olduğu da aşîkârdır. Büyük filozof Epiktetos iki bin yıl önce, kitabının ilk cümlesi olarak şunu yazmıştır: “Bazı şeyler bizim elimizdedir, bazıları değildir.” Özetle: Bizim elimizde olmayan şeyler için kafa yormak aptalcadır. Haberlerde gördüğümüz

neredeyse hiçbir şeyi değiştiremeyiz. O yüzden gönül rahatlığıyla haberleri bir kenara bırakabilirsiniz.

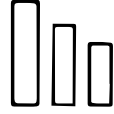
Benim tavsiyem: Enerjinizi, değiştirebileceğiniz şeylere harcayın. Böyle şeyler yeterince mevcuttur. Ama dünyanın bir ucundaki depremler bunlara dâhil değildir.

Temel Mesaj

Haberlerde anlatılanların yüzde doksan dokuzunu değiştiremezsiniz. Bu yüzden de adına “öğrenilmiş çaresizlik” denen psikolojik bir çukura düşersiniz – hayatınızın her alanına yayılacak bir tür minik depresyona. Haber musluğu kapatarak ve kendinizi hayatınızdaki değiştirebileceğimiz şeylere adanarak bu delikten çıkın. Hayatınız bir çırpıda daha sakin bir hal alacak, siz de daha mutlu olacaksınız.



HABERLER GAZETECİLER TARAFINDAN YAPILIR



İyi gazeteciler makale yazmakta acele etmezler. Gerçekleri gözden geçirir, bir konunun karmaşıklığını aktarabilmek, enine boyuna düşünebilmek için uğraşırlar. Ama her meslekte olduğu gibi gazetecilikte de yüksek başarılar elde etmek için ne gayreti ne de yeteneği olan yetersiz gazeteciler vardır. Ya da –en sık karşılaşılanı– zamanı olmayan gazeteciler. Siz medya tüketicisi olarak tam olarak neyin eksik olduğunu ayırt edemezsiniz. Sonuç her zaman aşağı yukarı aynıdır.

Birçok gazeteci haberlerini başka yazarların metinlerinden devşirir, basmakalıp ifadelere başvurur, internette buldukları bilgilerle ve üstünkörü düşünmekle yetinir. Bazıları da sadece basın açıklamalarının kopyasını çıkarır ya da aradan geçen zamanda yaşanan değişiklikleri hesaba katmadan eski haberlerden bahseder.

Birçoğu da elini taşın altına koymaz, yani kendini riske atmaz. Bir gazeteci saçma sapan bir şey yazdığında itibarı zedelenmez. Belki arada bir kötü bir okuyucu mektubu

alır. Kuralları fazla çiğnerse başeditörden fırça yer. Ama çok büyük bir olasılıkla hiçbir şey olmaz. Yazdığı her ne idiyse yeni haberler onun yerini alır. Bir girişimcinin ya da yatırımcının yaptıklarının aksine. Yanlış kararlar alan bir yatırımcı bunun etkisini doğrudan banka hesabında görür. Stratejisi işe yaramayan bir girişimci hatasının bedelini ödemek zorunda kalır.

Fakat kötü gazetecilik yalnızca kötü gazetecilerin hatalarından ibaret değildir. Arkadaşlarımla ve tanıdıklarımla birçoğu gazeteci, editör ya da başeditör. Tanıdığım en zeki insanlar arasındalar. Son derece entelektüeller, ortalamanın çok üzerinde bir eğitimleri var ve yetenekli yazarlar. Birçoğu mesleğini ahlaki gerekçelerle seçmiş – dünyayı biraz daha adil kılmak için. Sorun şu ki bu zeki insanlar, gitgide daha az anlam ifade eden bir bransa tesadüfen hapsedildiler. Haber jonglörlüğü yapmanın içi iyice boşaldı. Çoğu da bunun bilincinde ama asla açıkça itiraf edemeyecekler. Bu zeki insanların işe yatıracak, araştırma yapacak zamanları yok. Düşünecek zamanları yok. Karmaşık meseleleri açıklayabilecek alanları yok. Bütün gazetecilerin üzerindeki baskı milenyum dönümünden beri aşırı yükselmiş durumda. Bazı medya kuruluşları muhabirlerinden günde bir düzine hikâye üretmesini bekliyor – hepsi tıklanma ve beğeni avında. Bu şartlarda nitelikli bir şey çıkmaz.

On tane farklı konu şöyle dursun tek bir konu hakkında kayda değer bir şey yazmak bile çok zor. Fakat gazetecilerden imkânsız başarımları isteniyor. Uzman-

ları çalıştırmak çok pahalıya patlar. O yüzden mecburen yalnızca yüzeysel işler yapılıyor.

Haberlerin patirtısından serseme dönen tüketiciler bunu çok nadiren fark ediyor. Tabii gazeteciler durumun bilincinde. Şarlatan olarak yaftalanma korkusu sektördeki herkeste mevcut. Sonuç olarak gazeteciler ya depresyondan ya da sinizmden ya da ikisinden birden muzdarip oluyorlar. Birçoğunun birkaç yıl sonra alan değiştirip kurumsal iletişim alanında bir işe girmeleri şaşırtıcı değil – daha az stres, daha çok kazanç, düzenli çalışma saatleri. Tabii artık dünyayı kurtarmak gibi bir hedefleri olmadan.

Meslek portalı CareerCast 2015'te ABD'deki iki yüz mesleği çalışma ortamı, stres, gelir ve gelecek umudu bakımından değerlendirdi. Hangi meslek sonuncu oldu dersiniz? Gazeteciler – hatta orman korucularından ve savaş askerlerinden bile *altta*.

Aslında gazetecilere baskı yaptıkları için medya kuruluşlarını bile suçlayamayız – onların reklam gelirlerini ellerinden alan, işlerine zarar veren internet devleri: Google, Facebook ve Amazon. Bu devlerin başarılı olması da biz tüketicilerin yaşam süremizi onların platformlarında geçirmemize bağlı. Dolayısıyla bu karmaşadan gazetecileri sorumlu tutmak, sağlıklı beslenmemizden şeker pancarını sorumlu tutmaya benziyor.

Race to the bottom, yani iki tarafı da en aşağıya çeken bu yarış, biz haber tüketicilerinin davranışları sonucunda ortaya çıkıyor. Bu yarışta kaybetmemek için tek olasılık yarışa katılmamak. Size okuyucular olarak bunu öneriyo-

rum - bilhassa da kendi gazeteci arkadaşlarıma. İtibarını önemseyen gazetecilerin habercilikle vedalaşması lazım. İşinden gurur duyan bir aşçının McDonald's'ta kariyer yapmaya çalışmaması gibi.

Temel Mesaj

Haberciler kazanmalarının mümkün olmadığı bir sisteme hapsolmuşlar. Ne kadar zeki oldukları önemli değil (ki çoğu öyle) sonuç hep kötü ya da en iyi ihtimalle önemsiz olacaktır. Siz de -umarım arkadaşlarınız ve tanıdıklarınızla birlikte- haber tüketimini bıraktığınızda uzun ve derinlikli makaleler ve kitaplar için alan açılacaktır. Sonra birinci sınıf gazeteciler ansızın yeniden belirebilir.



HABERLER MANİPÜLE EDER



Evrimsel geçmişimiz bizi saçmalıklara, blöflere ve yüz yüze iletişimde söylenen yalanlara karşı güçlü bir sezgiyle donatmıştır. Farkında olmasak da manipülasyonun belirtilerini hissederiz - sözel iletişimin ötesindeki belirtileri: jestleri, yüz ifadelerini ve titreyen eller, yüzün kızarması ve vücut kokusu gibi gerginlik belirtilerini. Henüz küçük insan topluluklarında yaşarken haber getirenin içyüzünü neredeyse her zaman anlayabiliyorduk. Bilgiler geniş kapsamlı bir metabilgi demetiyle birlikte geliyordu. Orta Çağ'da bile (henüz "postane" isminde bir kurum yoktu) haberlerin çoğu sözel olarak iletiliyordu. İnsanlar haberciyi tanıyor, getirdiği haberin inandırıcılığını oldukça iyi kestirebiliyordu.

Bugünse gerçeğe uygun ve tarafsız haberleri, göndericinin art niyetlerine hizmet eden haberlerden ayırt etmek çok daha zordur. Nüfuz endüstrisi çok büyük bir hal aldı. Medya girişimcisi Clay A. Johnson, "ABD'de her bir muhabire karşılık dörtten fazla halkla ilişkiler uz-

manı var,” diye yazar. Halkla ilişkiler endüstrisi dünya çapında yılda on beş ila otuz milyar dolar kazanç sağlıyor – gazetecilerin ve tüketicilerin başarıyla manipüle edilip etki altına alındığının ya da herhangi bir konuda ikna edildiğinin en iyi ispatı budur. Girişimciler, çıkar grupları ve diğer organizasyonlar yatırımlarının getirisi olmasa halkla ilişkiler için bu kadar yüksek meblağlar harcamazlardı. PR, yani halkla ilişkiler danışmanları gazetecileri bile manipüle edebiliyorsa –yani işi gereği güçlü kurumlara karşı belli bir şüphesi olan insanları– siz halkla ilişkiler çalışanlarının ustalıkla kurdukları nüfuzdan kaçabileceğinize neden inanarsınız ki?

Hemşire Nayirah’ın hikâyesini ele alalım. Nayirah, 1991 Körfez Savaşı’nın öncesinde ABD Kongresi’nde ifade veren on beş yaşında Kuveytli bir kızdı. Irak askerlerini Kuveyt’teki bir hastanede bebekleri öldürürken gördüğünü iddia etti. Hikâyesi neredeyse her yerde yer aldı. Amerikan halkı öfkeden köpürdü. Kongrenin savaş kararı almasında bu hikâye etkili oldu. Nayirah’ın o zamanlar bütün medyada inandırıcı bulunan ifadesinin daha sonra uzun zamandır planlanan bir savaş propagandası olduğu ortaya çıktı.

Nayirah’ın hikâyesi günümüzde, klasik bir *sahte haber* örneği olarak görülür. Propaganda yeni bir şey değildir. Matbaanın icadından ve el ilanları aniden ortalıkta uçuşmaya başladığından beri insanlar *sahte haberlerle* boğuşmaktadır. Yüz yıl önce Amerikalı yazar Upton Sinclair

şöyle yazmıştır: “Günlük gazetede okuduğunuz şeyler gerçek midir, yoksa propaganda mı?”

Buna rağmen bugün şu iki şey yenidir: Birincisi *sahte haberler* ölçüsüzce arttı. Bir el ilanı basmanın hiç değilse bir maliyeti vardı. Dijital *sahte haberlerin* maliyetiye neredeyse sıfır (Google ya da Facebook’a *sahte haberlere* öncelik verilmesi için ödenen para dışında). İkincisi bugünkü *sahte haberler* tek tek tüketicileri hedef alıyor (*microtargeting*) ve çok daha yüksek bir ikna gücüne ulaşıyor.

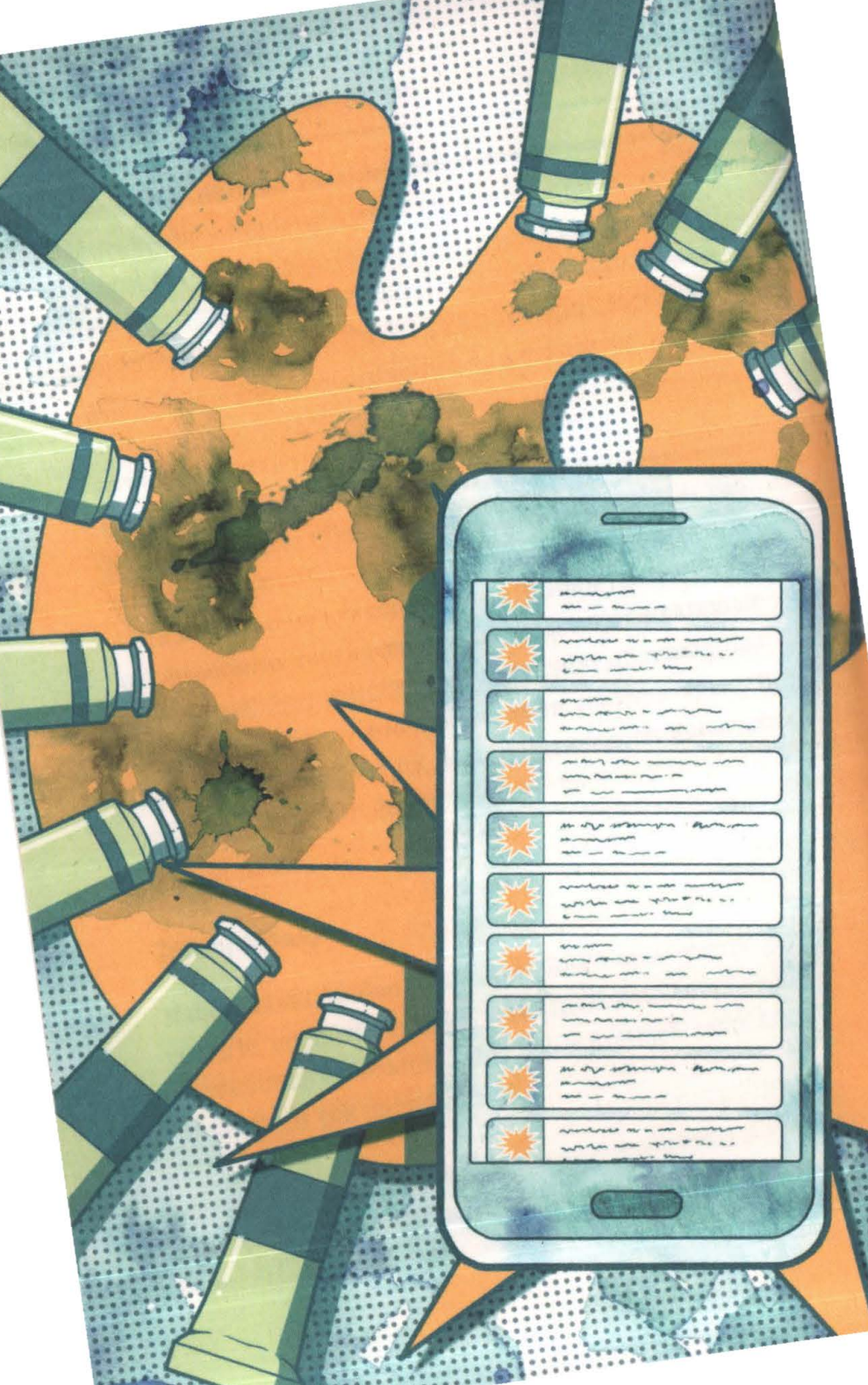
Yakında *sahte haber* üretmek için insanlara ihtiyaç kalmayacak. Zeki bilgisayar programları şimdiden kendi kendilerine haber yazabiliyorlar. Otomatik olarak üretilen böyle haberler gelecekte haber tüketicilerinin eğilimlerine göre kusursuz şekilde tasarlanacaktır. Eleştirel çağdaşlarımızın bile onlara karşı koyması imkânsıza yakın olacak. Gerçeğe uygun olup olmamaları ikinci plandadır – asıl mesele tıklama sayısı, dolayısıyla reklam geliri toplamalarıdır.

Elbette bu sadece metinlerle, makalelerle, gönderilerle ve tweet’lerle sınırlı kalmayacaktır. Bilgisayarlar bugün bile hiç yoktan fotoğraflar ve video klipler üretebiliyor. Şimdilik, tecrübeli gözler tarafından çarpıtıldıkları anlaşılabiliyor – mesela, bir videoda bir devlet başkanının ağzına uygun bir ses, mimik ve jestle birlikte bambaşka bir metin monte ediliyor. Fakat birkaç yıl içinde hangi haberlerin yapay zekâ üretimi olduğunu, hangilerinin olmadığını ancak yapay zekâ anlayabilecek.

Haber dünyası bataklığında haberler mantar gibi bitmektedir – bunların kimisi yenilebilir, kimisi zehirli. Gerçekleri yalanlardan ayırt etmek gitgide zorlaşıyor. Üstelik oturmuş haber kurumları bile *doğal reklam* denen şeyleri kullanmaktalar. Bunlar gizlenmek için haber metni gibi görünen reklam metinleridir. Çalışmalar bu “tersine dönüş” aşamasını çoktan geçtiğimizi gösteriyor, yani internetteki içeriklerin, kullanıcıların ve tıklamaların yüzde ellisi *sahtedir*. Manipülasyondan azami düzeyde korunmak için en iyisi haber tüketiminden vazgeçin. Olumlu bir yan etkisi olacaktır: Bu sayede reklam çöplüğünün büyük bir kısmından da kurtulacaksınız. Çünkü reklamlar en çok haberlerin kuyruğuna takılmayı severler. Reklamlar bize ihtiyaç duymadığımız ya da karşılayamayacağımız ürünler sunarlar – öyle olmasa zaten reklamı olmadan da bir şeyler satın alırdık. Reklamlar haberler kadar gereksizdir. Onlardan da kurtulun.

Temel Mesaj

Haber bataklığından uzaklaşın çünkü orası yarım gerçeklerle, uç fikirlerle, ürün yerleştirmelerle, propaganda ve reklamlarla doludur. *Sahte haber* üretmek *sahte kitap* üretmekten çok daha basittir.



1. The first item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



2. The second item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



3. The third item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



4. The fourth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



5. The fifth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



6. The sixth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



7. The seventh item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



8. The eighth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



9. The ninth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



10. The tenth item is a list of ten items, each preceded by a star icon.



11. The eleventh item is a list of ten items, each preceded by a star icon.

HABERLER YARATICILIĞI ÖLDÜRÜR



Sözde bilgi, yaratıcılığımızı azaltır. Matematikçilerin, yazarların, bestecilerin ve girişimcilerin en yaratıcı başarılarına gençlik yıllarında ulaşmalarının sebeplerinden biri budur. Bu dönemlerinde, tabiri caizse düşünceleri kimselerin yaşamadığı geniş alanlarda özgürce gezer, bu da onları yeni fikirler geliştirip peşlerine düşme konusunda cesaretlendirir.

Haber bağımlısı olan tek bir yaratıcı insan tanıyorum - ne bir yazar, ne bir besteci, ne matematikçi, ne fizikçi, ne bilim insanı, ne müzisyen, ne tasarımcı, ne mimar ne de ressam. Diğer yandan bol bol haber tüketen ve hiç mi hiç yaratıcı olmayan bir yığın insan tanıyorum.

Bu neden böyledir? Sorunun ya da yapılması gerekenin ne olduğu hiç fark etmez - bu insanların akıllarına gelen ilk düşünce zaten bir yerlerde duydukları bir şey olur. Akla ilk gelen fikirler çok nadiren yaratıcı fikirlerdir. O yüzden ben bir kitabı ya da uzun bir makaleyi okumadan önce birkaç dakika ayırır, kendimi mevcut konuyla ilgili

kendi fikirlerimi geliştirmeye zorlarım. Yorucu ama çok kıymetli bir şeydir bu. Çünkü biliyorum ki okumaya başlar başlamaz beynim yazarın düşünceleriyle dolacak ve ben kendi fikrimi geliştirme şansına belki de hiç erişemeyeceğim. Fakat kendim kafa yorduktan sonra kitaba yavaş yavaş girersem yazarın fikri ile kendiminkini mukayese edebilirim. Bazen örtüşürler, bazen de örtüşmezler – hiç önemli değil. Önemli olan okuma deneyiminin yazarla yapılan zihinsel bir tartışmaya benzemesidir. Bu taktik, kitaplarda ve uzun makalelerde etkisini gösterir. Ama haberlerde göstermez. Haberler öyle bir kurgulanmıştır ki insan kendi düşüncesini *geliştiremez*. Çünkü daha buna yeltenemeden konuyu kavramış olur. Haberler kısa ve göz kamaştırıcıdır, tempoları yüksektir ve aşırı basitleştirilmişlerdir – hiçbir şey düşünmeden sürüklenmek için idealdirler.

Haberlerin yaratıcılık üzerindeki olumsuz etkisi daha önce (18. Bölüm’de) incelediğimiz çok basit bir şeyle ilgili olabilir: konsantrasyon. Yaratıcılık konsantrasyon gerektirir. Haberler yüzünden dikkati dağılan biri yeni fikirler geliştiremez. Friedrich Nietzsche’nin şairane ifadesindeki gibi “dans eden bir yıldız doğurmak” için doğumhanede sükûnete ihtiyacınız vardır.

Sıklıkla şu itirazı duyuyorum: Yalnızca yeterlilik çemberimize (9. Bölüm) tamı tamına uyan bilgiler alır, diğer her şeyi bir kenara bırakırsak mutlu tesadüfleri, yani İngilizcede *serendipity* denen şeyi kaçırabiliriz. Fakat tesadüfün gücünü gözümüzde fazla büyütüyoruz. Elinizi

vicdanınıza koyarak söyleyin: Bambaşka alanlara dair bilgilerin sizin yeterlilik çemberinizi güçlendirdiğini kaç kez gördünüz? Neredeyse hiç. Elbette olası bütün alanlardan gelecek bilgilere açık olabilirsiniz. Gerçekten de içlerinden yaratıcı bir fikir çıkarma ihtimaliniz vardır. Ama yabancı olduğunuz alanların çimenlerinde geçirdiğiniz süre, kendi yeterlilik çemberinizi düzenli bir şekilde ekip biçmek için gereken zamanınızdan çalınacaktır. Oysa gün dediğimiz yalnızca yirmi dört saattir.

Bu konuya dair tavsiyem şudur: Başka göllerde balık tutmak istiyorsanız ayda bir kere yarım gününüzü buna ayırıp büyük bir kitapçıya gidin. Mümkün olduğunca çok farklı alandan, yeni çıkan kitapları karıştırın. Hatta bu kitaplardan birkaçını alıp kütüphanenize koyun. Ama ne olursa olsun, kariyerinizde büyük bir sıçramaya sebep olacak yaratıcı bir fikir bulma umuduyla her gün internet sitelerinde dolaşmayın. Zamanınızı bu şekilde kullanırsanız büyük sıçrama bir yana, yavaş ama kesin-tisiz bir düşüşe geçersiniz. Tecrübelerime dayanarak bir tavsiye daha vereyim: Düzenli olarak farklı uzmanlık alanlarından insanlarla buluşuyorum. Sonuçta benim de öğle yemeği yemem gerekiyor. O halde neden yemeğimi farklı bir alandan uzmanlarla, bilim insanlarıyla yemeyeyim ki? Karşılığında da kendi yazı dünyamı onlara anlatabilirim, onlar için de bilgilendirici olabilir. Daha fazlasını 33. Bölüm'de bulabilirsiniz.

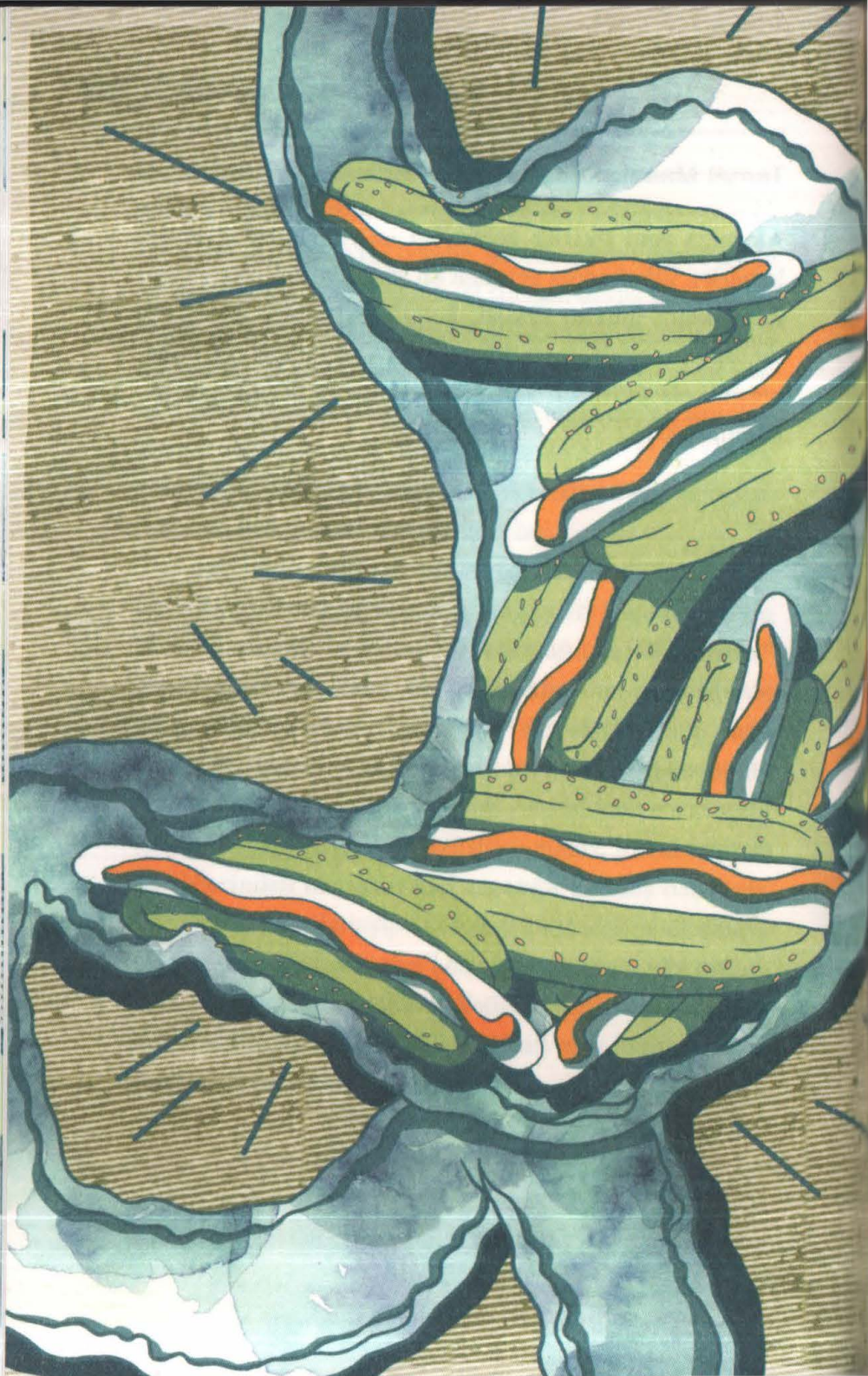
Haber bağımlıları bazen davranışlarını haklı göstermek için haber tüketiminin onlara yepyeni bir perspektif

kazandırdığını öne sürerler. Fakat haber seline tarafsızca şöyle bir bakış atsak hepimiz aynı şeyi görürüz. Şurada bir skandal, burada bir bomba, şurada bir oyuncu, burada bir merkez bankası başkanı, el sıkışan devlet başkanları, rekor kıran sporcular, basın açıklaması düzenleyen iş insanları, büyüyen ve küçülen iş kolları, inip çıkan borsa-
salar, bir yerlerde bir şeylere köpüren insanlar, ara sıra gökten düşen bir uçak. “İnsan zamanla anlıyor, hiçbir şey yeni değil.” Max Frisch medya hakkında böyle yazmıştır. Sonsuza dek geçerli bir teşhistir bu.

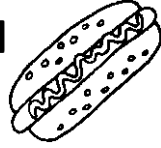
Sık sık duyduğum bir itiraz daha var: İnsan katı bir haber perhiziyle yalnızca bir şeyleri kaçırmaz, aynı zamanda hayatı boyunca “on parmağında tek marifet” bir insan olarak kalır. Bu doğru ama “on parmağında tek marifet” olmanın, “işin ustası” demek olduğunu unut-mayalım. Gerçekten değerli olan bir şeyi –hem kendimiz hem toplum için– yalnızca kendi yeterlilik çemberimizin içinde başarabiliriz. Başka türlü-sü olmaz. Kendi nişinde en iyilerinden biri olan kişi ustalığa erişmiş demektir. Yüzlerce konuya bulaşıp her haber lokmacığına ulaşmaya çalışansa böyle yaptı diye Leonardo da Vinci gibi biri ol-maz. Bununla ancak tek marifetli olmakla suçlanmaktan kurtulabilir (ki aslında bu bir iltifat) ama bunun bedeli, marifetsiz biri olarak kalmak olur.

Temel Mesaj

Aklınıza yeni fikirler gelsin mi istiyorsunuz? Öyleyse haberler, tüketmeniz gereken en son şeydir. Diğer bütün kaynaklar -müzik, filmler, kendi gözlemlerinizi, kitaplar, uzun makaleler ve diğer şeyler- sizin için çok daha verimli olacaktır. En verimlisi de oturup derinlemesine düşünmektir.



HABERLER SAÇMALIKLARI DESTEKLER – STURGEON YASASI



Ted Sturgeon Amerika'nın ellili ve altmışlı yıllarının en üretken bilim kurgu yazarlarından biriydi. Başarıyla beraber eleştiriler de geldi. Sürekli olarak kitap eleştirmenlerinin şunun gibi yorumlarına katlanmak zorunda kaldı: "Bilim kurgu hikâyelerinin yüzde doksanı beş para etmez." Elbette Sturgeon bunu soğukkanlılıkla karşıladı. Cevabı ise şöyle oldu: "Evet, kesinlikle öyle ama yayımlanan her şeyin yüzde doksanı çöptür, hangi türden olursa olsun." Verdiği bu cevap *Sturgeon yasası* olarak tarihe geçti.

Sturgeon yasası her şey için, dolayısıyla haberler için de geçerlidir. Ne çok haberin içeriğinin azıcık ilgiyi bile hak etmediğini bir düşünün – küçük düşürücü, saçma, kaba saba, aptalca ve ahmakça şeyler. Adamın biri on beş dakikada yüz sosisli sandviç yiyip hastaneye kaldırılıyor, sonunda midesi yıkanıyor. Başka biri oto yıkamacılara para kaptırmamak için arabasını nehre sürüyor ve o sırada boğuluyor. Bir kadın büyümeleri için göğüslerine

diş macunu sürüyor. Başka bir kadın el çantasını ısırıp parçaladığı için köpeğini zehirliyor. Bir polis düzenli olarak okul yoluna sığıyor. (Özür dilerim ama bunlar gerçek örnekler.)

Sturgeon yasası, 7. Bölüm'de incelediğimiz gibi haberlerin genel olarak önemsiz oluşundan daha kötüdür. Önemsizlik şu demektir: Haber tüketimi daha iyi kararlar almamızı sağlamaz – ne özel yaşamda ne de iş yaşamında. Hatta çoğunlukla kötü kararlara yol açar. Sturgeon yasası ise şu demektir: Gazeteler, haber kanalları ve siteleri giderek kocaman tuvalet duvarlarına dönüşmekte.

Aslında medyadan; okuyucu, dinleyici ve izleyici için bir saçmalık dedektörü olması beklenir. Fakat haber kuruluşları gitgide tam tersine dönüşüyor – saçmalık mıknaatıslarına. Saçmalığa yalnızca tahammül edip onu aktarmakla kalmıyorlar, aynı zamanda da destekliyorlar. Saçmalık üreten aktörler, medyanın onu iştahla yiyeceğini çok iyi bilirler – bu da başka insanları saçmalık üretmeye iter. “Herkes beynine otomatik çalışan bir saçmalık dedektörü kurmalı.” Nobel Edebiyat Ödülü sahibi Ernest Hemingway yarım asır önce bunu tavsiye etmişti. Hemingway bilim kurgu yazarı değildi gerçi ama maalesef umudu ancak uzak bir gelecekte gerçekleşebilecek – tabii o da mümkünse.

Fakat bu sizi kendi kişisel saçmalık dedektörünüze sahip olmaktan alıkoymasın. Bunun için şunu bilmeniz gereklidir: Bütün haber kuruluşları saçmalık yayınlamaz. *New York Times*, *Die Zeit*, *Neue Zürcher Zeitung* ya

da *Frankfurter Allgemeine Zeitung* gibi nitelikli yayınlar önemsiz şeyler de aktarabilirler ama küçük düşürücü ya da aptalca şeyler yayımlamazlar. Mesela *FAZ*'da tost makinesiyle seks yapan bir adam hakkında bir haber göremezsiniz. Bununla beraber, çalışma prensipleri olabildiğince büyük saçmalıkları olabildiğince büyük bir kitleye yaymak olan kuruluşların –özellikle de ücretsiz gazetelerin ve haber sitelerinin– sayısı giderek artıyor. Bunun sebebi sahiplerinin aptalca bir espri anlayışına sahip olmaları değildir. Yazı işlerinde ilkel ahmakların çalışıyor olması da değildir. Tam tersine, bu yayınların sahipleri ve yazarları ne yaptıklarını çok iyi biliyorlar: Saçmalık üretiyorlar çünkü tüketiciler saçmalığa bayılıyor. Medya da saçmalıkları yayınlamaya devam ederek saçmalık üretimini desteklemiş oluyor.

Sturgeon yasası yalnızca haberlerin içeriklerini değil, sunuluş biçimlerini de kapsar. Gerçeklerden, iddialardan, ürün yerleştirmelerden ve fikirlerden oluşan karışım o kadar tatsız bir kokteyl oluşturuyor ki insanın bunları lavaboya dökesi geliyor; bazı haberler ciddi görünse bile. Mesela hiç yaşam tecrübesi olmayan yirmi beş yaşındaki bir gazeteci jeopolitik durumdan ya da sağlık politika-sından yüksek sesle şikâyet ettiğinde bu “öfke yayını” tüketmek yalnızca zaman kaybı oluyor, bilhassa da gazetecinin kendisi için.

Ben Sturgeon yasasını ilk duyduğumda büyük bir rahatlama yaşadım. İnsanlığın ürettiği çoğu şeyin önemli, iyi düşünülmüş ve kıymetli olduğu inancıyla büyümüş

biri olarak bir şeyi yetersiz bulduğumda hatayı hep kendimde arıyordum. Bugün biliyorum ki on beş dakikada yüz sosisli sandviç yiyen bir adamı -gazeteye çıkmış olsa da- küçük görmem, benim hoşgörü eksikliğimden kaynaklanmıyor.

Bu kitabı satın aldığınıza göre bu tür saçmalıkları küçümseme konusunda aynı fikirde olduğumuzu varsayabilirim. Ama bir tavsiye daha: Sakın dünyayı saçmalıklardan arındırmaya kalkışmayın. Başaramazsınız. Dünya sizin rasyonel kalabileceğinizden daha uzun süre irrasyonel kalabilir. Maalesef öyle. Sturgeon yasasını göz önünde bulundurup bunu soğukkanlılıkla kabul edenler daha iyi bir yaşam sürer.

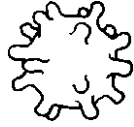
Ah, unutmadan, tecrübelerime göre sürekli doğru olduğu ortaya çıkan küçük bir kural daha var: Bir şeyin saçmalık olup olmadığından emin değilseniz, emin olun o şey saçmalıktır.

Temel Mesaj

Medya, saçmalıkları yayınlayarak saçmalık üretimini destekler. Siz sevgili okur, haber tükettiğinizde bu makineyi işler durumda tutmuş olursunuz. Bunu yapmayın - hem kendi menfaatiniz hem de toplumun menfaati için.



HABERLER BİZDE EMPATİ YANILSAMASI YARATIR



Haberler bizde tüm dünyayı kucaklayan, sıcacık ama sahte bir his uyandırır. Hepimiz dünya vatandaşıyız. Aynı şeyler bizim de başımıza gelebilir. Hepimiz birbirimize bağlıyız. Gezegen küresel bir köydür. “We Are The World” şarkısını söyler, çakmaklarımızın küçük aleviyle ve binlerce kişiyle kusursuz bir uyum içinde sallanırız. Binle çarpılmış bu empati insanı yumuşacık hissettirir fakat dünyaya hiçbir faydası olmaz. Herkesi kapsayan dünya çapında bir bağlılığın büyüğü, devasa bir kandırmacadır. Gerçek şu ki bizi diğer insanlara ve kültürlerle bağlayan şey haberler değildir. Bizler işbirliği içinde olduğumuz için birbirimize bağlıyız; ticaret yapıyor, arkadaşlıklar kuruyor, akraba oluyor ve birbirimizi seviyoruz.

Haberlerden uzak durduğumu ne zaman söylesem mutlaka şu sitemle karşılaşırım: “Ama böyle yaparak dünyanın en yoksul insanların, savaş ve zulüm mağdurlarının acısına ortak olmuyorsun.”

Cevabım şöyle olur: Birincisi, olmak zorunda mıyım? Muhakkak başka kıtalarda ya da başka gezegenlerde çok daha büyük zalimlikler yaşanıyordur. Onların acılarına da “ortak olmam” gerekmez mi? Sınırı nasıl çizeceğiz? Medya küçük bir uçağın düştüğünü, içindeki birkaç vatandaşın öldüğünü detaylarıyla bildirir ama benzer bir kazanın, mesela Kamçatkalıların öldüğü bir kazanın haberini yapmaz.

İkincisi “medya tüketimine ortak olmak” – burada çok büyük bir kandırmaca yok mu? Gerçekten ortak olmak, harekete geçmek anlamına gelir. Akşam haberlerinde depremzedelerin enkazın altından nasıl sürünerek çıktığını izlemek, bu sırada empatiyle kıvranmak faydalı bir davranış *değil*, bilakis itici bir davranıştır.

Depremzedelerin, savaştan kaçan mültecilerin, açlık çekenlerin kaderini gerçekten önemsiyorsanız maddi olarak bağışta bulunun. Zaman değil. İş değil. Dua değil. Sadece para.

Dikkat kesilerek –mesela haber sitelerinde depremzedelerin kaderini takip ederek– dikkatinizi depremzedelere değil, bu haber platformlarını işletenlere vermiş olursunuz. Böyle bir durumda depremzedeler sizin onlarla ilgilendiğinizi hissetmez ama platformları işletenler gayet net hisseder. Hem de iki açıdan: Birincisi, sizin dikkatinizi reklam verenlere satarak para kazanırlar. İkincisi sizinle –kullanıcı davranışlarınız, kişiliğiniz, duygusal zayıf noktalarınızla– ilgili biraz daha fazla bilgi toplarlar

ve böylece gelecekte sizi, size daha uygun reklamlarla bombardımana tutabilirler. Dolayısıyla bir felaketi takip ederek felaketzedelere değil, haber kuruluşlarına yardım etmiş olursunuz. Bununla kendinize verdiğiniz zarar da cabası.

Ayrıca kendi işgücünüzle de yardım edemezsiniz. Su kuyusu açmak için Sahra'ya gitmeyin. Bu iyi niyetli yanılığ *gönüllülük hatası* olarak bilinir. Kendi ellerinizle belki günde ancak bir su kuyusu açabilirsiniz. Öte yandan normal işinizde (yani yeterlilik çemberinizin içinde) çalışıp kazandığınız parayı Afrika'ya yollarsanız günde yüz su kuyusu açtırabilirsiniz. Böylece dünyadaki yoksul insanlara daha çok faydanız olur. Oraya gidip bilek gücünüzü değil, olduğunuz yerden paranızı bağışlayın.

Size bir fikir vereyim: Eğer haberlerden uzak durarsanız yılda tam bir ay zaman kazanırsınız. Bu bir ayın bir kısmını paraya çevirin (mesela mesai ya da ikinci bir iş yaparak) ve buradan kazandığınız parayla bağış yapın – mesela, Sınır Tanımayan Doktorlar ya da Terre des Hommes gibi oturmuş kurumlara. Onlar bu işin uzmanıdır. *Kendi* yeterlilik çemberlerinde çalışırlar, dolayısıyla yardımları verimli olur.

Sıklıkla şu itirazı duyuyorum: “Haberleri takip etmezsek nerede en çok yardıma ihtiyaç duyulduğunu bilemeyiz.” Bu da bir mantık hatasıdır. Haber kuruluşları sizi hangi felaketlerden haberdar edecekleri konusunda taraflı davranırlar. Size: 1) yeni felaketleri, 2) etkileyici görüntüler

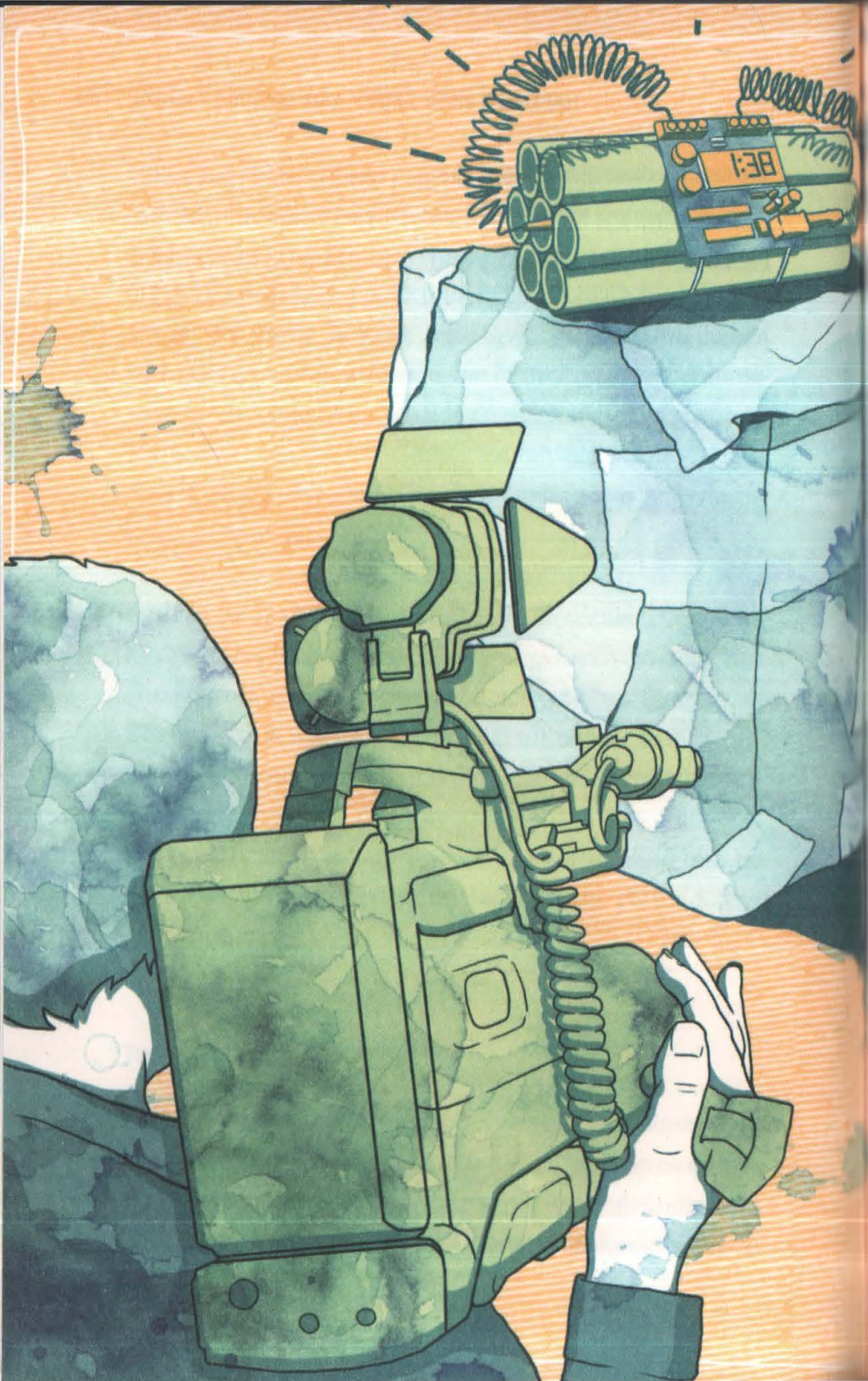
sağlayan felaketleri ve 3) bireylerin hikâyeleriyle pazarlanabilen felaketleri bildirirler. Filistin anlaşmazlığı onca yıldan sonra can sıkıcı olmaya başlamıştır, virüsler pek fotojenik değildir, eriyen bir donmuş topraksa altında ancak bir araba kalırsa ilgili çekici olur. Ama haber seçerken göz önüne alınan bu üç kriter ile dünyadaki sıkıntıların objektif bir şekilde değerlendirilmesi arasında hiçbir bağlantı yoktur. Gerçekten tehlikeli olan -büyük olasılıkla da engellenebilir olan- gelişmeler haberlerde pek yer bulmaz.

Şundan emin olabilirsiniz: İnsanlığınız, sıkıntılarla ilgili ne kadar haber tükettiğinizle ölçülemez. O esnada kurduğunuz empatiyle de ölçülemez. Tavsiyem, haberler olmadan da dünyada yeterince acı olduğunu varsayın. Köklü yardım kuruluşlarına düzenli olarak maddi yardımda bulunun. Bu kuruluşlar -haber kuruluşlarının aksine- nerede en çok yardıma ihtiyaç duyulduğunu çok iyi bilirler. Dünyanın neresinde sorun olduğunu ne kadar az bilerseniz paranız işe yaracağı yeri o kadar kolay bulur.

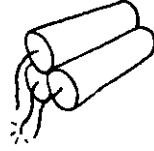
Temel Mesaj

Zulümler ve felaketler bolca bulunur. Haber sitelerinde depremzedelerin enkazın altından nasıl sürünerek çıktıklarını izliyorsanız gördüğünüz *sahte haber* değildir ama kurduğunuz *sahte empatidir*. Depreme dikkat kesilmeni-

zin depremzedelere hiçbir faydası olmaz. Haberleri takip ederek yalnızca haber kuruluşlarını ve şirketleri (Google, Facebook vs.) desteklemiş olursunuz. Elbette kurbanlara yardım edilmesi gereklidir: Bu yüzden zamanınızı değil paranızı bağışlayın.



HABERLER TERÖRÜ TEŞVİK EDER



Gersau, İsviçre'nin ortasında bir köydür; Dört Kanton Gölü'nün kıyısında, tablo gibi, sakin, iki bin kişinin yaşadığı küçük bir yerdir. "Dört Kanton Gölü Riviera'sı"nın (turizm broşürlerinde bu şekilde geçiyor) yumuşak ikliminde palmye dahi yetişebilir ki bu, Alpler'in kuzey tarafında çok nadiren görülen bir şeydir. Gersau, yüzlerce yıl boyunca bağımsız bir cumhuriyetti. Köy kesinlikle İsviçre'nin bir parçası olmak istemiyordu. Üç yüzyıl boyunca da öyle kaldı. Ancak Napolyon 1798'de İsviçre'yi ele geçirince bağımsızlığı sona erdi. Fransız birlikleri geri çekildiğinde köy bir kez daha bağımsızlığını ilan etti ama bu sadece dört yıl sürdü. Bugün Gersau, İsviçre'nin bir parçasıdır.

Bir düşünce deneyi yapalım: Diyelim ki bir Gersau sakini olarak yine eskisi gibi bağımsızlık istiyorsunuz. Çünkü bu gelenek yüzünden kendinizi buna mecbur hissediyorsunuz. Çünkü İsviçre'nin geri kalanının size adil davranmadığını düşünüyorsunuz. Sesinizi duyurmak için ne yapardınız? Sizinle aynı fikirde olan insanlarla bir

araya gelip İsviçre'den ayrılma kararı alabilirdiniz. Ama kimse sizi ciddiye almazdı - özellikle köyün dışında. İnternette blog açabilirdiniz fakat kimse okumazdı. Bir halkla ilişkiler firmasıyla çalışabilirdiniz ama o da hiçbir işe yaramazdı. Ya da Bern'deki Federal Saray'ın önünde bir bomba patlatabilirdiniz. Arka tarafta, üzerinde "Gersau'ya Özgürlük!" yazan kocaman bir pankartla dakikalar içerisinde bütün ulusal ve uluslararası basın dikkatini üzerinize çekerdiniz. Elbette eyleminiz derhal ve en sert şekilde yargılanırdı ama... tartışma alevlenmiş olurdu bir kez.

Şimdi basının olmadığını hayal edin. Ne olurdu? Bomba patlıyor. Camlar kırılıyor. Yoldan geçenler yaralanıyor: Saldırı Bern sokaklarında ve Bern restoranlarında günün konusu olurdu. Fakat Bern dışında hiçbir yerde herhangi bir etki yaratmazdı. Ertesi gün Hükümet Meydanı her zamanki gibi olurdu, siz de bir adım bile ilerleme kaydetmemiş olurdunuz.

Terör, haber kuruluşları sayesinde işe yarar. Teröristlerin asıl silahı bombalar değil, bombaların tetiklediği korkudur. Fiilî bir tehdit nispeten küçüktür ama hissedilen tehdit muazzamdır. Bu da ancak medya sayesinde mümkün olur.

Teröristler 2001 yılından beri Avrupa Birliği'nde yılda ortalama elli kişiyi öldürdüler. Kıyaslamak için şu bilgileri vereyim: Her yıl 80.000 Avrupa Birliği vatandaşı trafik kazalarında, 60.000'i de intihar ederek ölüyor. Almanya'da ise durum şöyle: Terör yüzünden yılda üçten

daha az (!) insan ölüyor; trafik kazalarında ölen 3.000, intihar eden 10.000 kişi var. Birinin bir terörist tarafından öldürülme ihtimali, intihar etme ihtimalinden üç bin kat daha azdır. Burada şöyle bir paradoks ortaya çıkar: Haber tükettiğinizde, bunun tam tersinin doğru olduğu hissine kapılırsınız.

Teröristlerin öncelikli amacı insanları öldürmek değildir. Stratejik hedefleri vardır: Politik değişiklikler isterler. Ayrılıkçı hareketleri desteklerler. Mevcut hükümeti itibarsızlaştırmaya çalışırlar. Hepsinden önemlisi de insanların dikkatini taleplerine çekmek isterler - bunu da haberler ve onların yarattığı karşı tepkiyle sağlarlar.

Stanford Üniversitesi'nden siyaset bilimci Martha Crenshaw'un gözünde teröristler oldukça rasyonel hareket eden insanlardır: "Hükümet ve hükümet karşıtları arasındaki güç farkı çok büyük olduğunda terörizm mantıklı bir davranıştır." Başka bir deyişle: Teröristler aslında güçsüzler. Hükümetleri politik bir değişikliğe zorlamak için ellerindeki az buçuk umut vadeden tek şey, korku ve kaos tohumları ekmektir. Bunun için de medyaya ihtiyaç duyarlar.

Orta Çağ'da ya da Roma İmparatorluğu'nda terörizmin bilinmiyor olmasının bir sebebi vardır: Çünkü o zamanlar medya yoktu. Elbette haberciliğin ortaya çıkmasından önce de suikastlar, sabotajlar ve cinayetler yaşanıyordu. Ama o zamanki suikastçıların derdi elle tutulur gerçek zararlar vermektir, fikirleri ve duyguları manipüle etmek değil.

İsrailli tarihçi Yuval Harari şöyle yazar: “Teröristler zihin kontrolü ustalarıdır. Az sayıda insan öldürseler bile milyarlarca insanı dehşete düşürmeyi, AB ve ABD gibi büyük siyasi yapıları sarsmayı başarıyorlar.” Ve: “Terör tiyatrosu, tanıtımı yapılmadan başarı elde edemez. Ne yazık ki genellikle medya bu tanıtımı bedavadan yapıyor. Durmadan terör saldırılarını haber yapıp teröristlerin yarattığı tehlikeyi fazlasıyla şişiriyor çünkü terörizm diyabet ya da hava kirliliğinden daha iyi ciro yapıyor.”

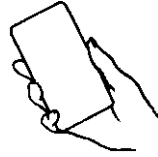
Herkes sıkı bir haber diyeti yapsa terörizm fenomeni, patlamadan sonraki duman gibi çabucak dağılır gider. Eğer haber tüketiyorsanız -kötü bir niyetiniz olmasa da - terörü desteklediğinizin bilincinde olun. Terörün freni sizin ellerinizdedir.

Temel Mesaj

Haber endüstrisi olmasa terörizm de olmaz. Haberlerden vazgeçerek -ve başkalarını da aynı şeyi yapmaya ikna ederek- terörizmin ayağını yavaş yavaş kaydırın.



HABERLER İÇ HUZURUMUZU BOZAR



Bir yaşamı iyi kılan nedir? Başka bir deyişle yaşamınız nasıl olsa, geçmişe dönüp baktığınızda onu “başarılı” ya da “iyi” diye ifade edebilirsiniz? Bu temel soruyu henüz cevaplamadıysanız yaşamınız aralıksız çalışan bir krizle mücadele makinesi olarak kalmaya devam edecektir. Başka bir ifadeyle: Net bir yaşam felsefeniz olmazsa hayatınızın “öylesine geçip gitme” riski çok büyük olur.

Hangi yaşam felsefesinde karar kılacağınız çok da önemli değildir. Asıl mesele ciddiyetle düşünüp seçimler yapmanızdır. Ben kendi yaşam felsefemi, kitabım *İyi Yaşama Sanatı*’nda ortaya koydum. Belki sizin de benzer hedefleriniz vardır. Belki de tam tersidir. Bu çok önemli değil, önemli olan hedeflerinizin olması ve hedefleriniz konusunda net olmanızdır.

Felsefenin son iki bin beş yüz yılına –yani ilk felsefi metinlerin ortaya çıkış tarihinden bugüne dek geçen süreye– baktığımızda filozoflar arasında şaşırtıcı benzerlikler görürüz. Güzel bir yaşam için gerekli şeylerden

biri neredeyse her zaman “iç huzur”dur – eskiden “itidal”, “ölçülülük” ya da “sükûnet” gibi daha güzel kelimelerle de ifade edilmiştir. Bu iç huzuru, diğer zehirli duyguların yokluğunda ortaya çıkar. Kıskançlık, öfke ve kendine acıma gibi zehirli hisleri kişisel duygu repertuvarınızdan ne kadar çabuk çıkartırsanız o kadar iyi olacaktır.

Peki haberlerin bununla ne ilgisi var? Çok basit: Haberler iç huzurunuzu bozar. Yalnızca size bulaştırdığı panik yüzünden değil, olumsuz duyguları sürekli olarak kanırttığı için. Korku, kızgınlık, kıskançlık, öfke ve kendine acıma günümüzde çoğunlukla haber tüketimiyle tetiklenir. İnternetteki haberlere yazılan yorumlara bakmanız yeterli. Yorumlarda karşılaşılan nefret korkutucu düzeydedir. Üstelik bir de algoritmaların en fena yorumları otomatik olarak sildiğini de hesaba katmanız gerekli. Haberler ve haber yorumları insanın en kötü tarafını açığa çıkarır. Kendinizle ve olumsuz hislerden başka bir şey üretmeyen bu kuluçka makineleriyle arınıza bir set çekin, haber virüsünün bulaştığı umutsuz vakaları kendi hallerine bırakın.

Bilgelik nedir? Gözünüzün önüne bilge bir adam ya da bilge bir kadın getirin – sizin kişisel idolünüz, insanlığın deniz feneri olsun; mesela Sokrates, Konfüçyüs, Buda, İsa, Marcus Aurelius, Bingenli Hildegard, Martin Luther King ya da Gandhi. Şimdi de bu bilge insanın bugün hayatta olduğunu varsayın. Siz akıllı telefonunuzdan sürekli olarak haberlere baktıkça bu kişiye dair imgeniz tamamen mahvolacaktı. Haberler varoluşumuzla ilgili en büyük

soruları cevaplamazlar. Hatta bu soruların var olmadığını telkin ederler. Hemen hemen her türlü içerik –romanlar, öğretici kitaplar, filmler, müzikler, güzel sanatlar, araştırma raporları, makaleler- bilgiyi aktarma konusunda haberlerden çok daha fazla işe yarar. Bilgelik ve haber tüketimi mi? Hayır, bu ikisi birbirine hiç uymuyor.

Bütün mantıklı yaşam felsefelerinin temel direği şudur: Değiştirebileceğiniz şeyler olduğu gibi, değiştiremeyeceğiniz şeyler de vardır. Değiştiremeyeceğiniz şeyler için heyecanlanmak aptalcadır. Stoacılar (Antik Yunan ve Roma’da kurulan oldukça pratik bir felsefe okulu) bunu bir okçu imgesiyle sembolize ediyorlardı. Hangi oku seçeceği, kılıftan hangi oku çekeceği, yayı ne kadar gereceği ve ne kadar sakince tutacağı okçunun kontrolündedir. Ama ok yaydan çıktıktan sonra artık okçunun etki alanının dışındadır. Bir rüzgâr, oku yolundan saptırabilir. Ya da ok havada kırılabilir. Ya da ok ile hedef arasına bir şeyler girebilir. Ya da hedef yerinden kıpırdayabilir.

Bütün haberlerin %99.9’u sizin etki alanınızın dışındadır. Dünyanın neresinde, ne, nasıl oluyor – bunun üzerinde hiçbir gücünüz yoktur. Gücünüzü değiştirebileceğiniz şeylere yönlendirmek çok daha akıllıcadır. İtiraf edelim, bu da tüm yerküreden çok daha küçük bir dünyaya tekabül etmekte. Ama durum bundan ibarettir. Hayatınızda, ailenizde, semtinizde, şehrinizde ve işinizde olan bitenleri değiştirebilirsiniz. Gerisini kabul etmek zorundasınız.

Başka bir felsefi argüman iki bin yıl önce filozof Epiktetos'tan gelmiştir: "Dikkatini nereye verdiğin senin kim olduğunu belirler... Aklını hangi düşünceler ve görüntülerle dolduracağına sen karar vermezsen senin adına başkaları karar verir." Haber tüketirseniz, zihninizi bilgece içeriklerle doldurduğunuzda olacağınızdan başka bir insan olursunuz, başka bir karaktere bürünür, kendinizin daha kötü bir versiyonu olursunuz. Filozof Seneca'ya göre bilgeliğe ulaşmak için "sınırlı sayıda usta düşünürü seçmeli ve onların eserlerini özümsemeliyiz" (bu tavsiye de iki bin yıl önceden). Haber tüketmek telaşla yolculuk etmek gibidir: "Sürekli yolda olan birinin bir sürü tanıdığı olur ama hiç dostu olmaz," der Seneca.

Neyin önemli olduğuna karar verme özgürlüğü iyi bir yaşamın olmazsa olmazıdır. Üstelik ifade özgürlüğünden daha fazladır. İnsanların, önlerine güncel ve önemli diye sunulan şeyler tarafından delirtilmeme hakkı vardır. Kafalarımız çok dolu - onu temizlememiz, zehirlerden arındırmamız, çöplerden kurtarmamız ve fazladan doldurmamamız lazım. Azaltmak çoğaltmaktan daha çok fayda sağlar. *Less is more.*¹

1 (İng.) "Az çoktur" anlamına gelen, minimalist yaşam felsefesini özetleyen bir deyiş. (ç. n.)

Temel Mesaj

Haberler varoluşumuza dair en büyük soruları cevaplamazlar. En küçüklerini dahi cevaplamaz. Yapacakları şey iç dengemizi bozmak olur. İç huzuru ve haberler – bunlar bir arada olamazlar. Yaşam bilgeliği ile haberler ise birlikte hiç olamazlar. Biraz daha bilge olmak ister misiniz? Öyleyse kötü haberler yerine iyi kitaplar okuyun.

İKNA OLMADINIZ MI?

Geçtiğimiz sayfalarda haber tüketimine karşı sunduğum tüm argüman cephanemi okudunuz. Böyle bir yeni yaşam biçiminin birçok fayda sağlayacağına ikna olduğunuzu umuyorum. Bu bölümü, sadece henüz ikna olmadıysanız okuyun. Ama bana bir şans daha verin. Size yalnızca yirmi dakikaya mal olacak bir önerim var – umuyorum ki sonrasında tasarruf edeceğiniz zamana kıyasla bu çok küçük bir miktar olacak.

Elinize bir kâğıt alıp masaya koyun, dikey çizgilerle sayfayı ona bölün. Aralıklara soldan sağa doğru son on yılı yazın – yani 2010, 2011, 2012 şeklinde, 2019’a kadar. Sonra sayfanın ortasına düz bir çizgi çekin. Böylece her bir yılı ikiye bölmüş olacaksınız. Çizginin üst kısmına ilgili yılda duyduğunuzu hatırladığınız en önemli haberleri not edin. Lütfen Google’a falan girerek kopya çekmeyin. Bu testin amacı size haberlerin ne kadar uçucu olduğunu göstermektir. Örneğin, 2016 sütununa şöyle yazın: “Trump ABD başkanı seçildi.” Ya da 2012 sütununa, “Suriye Savaşı başladı” gibi. Son on yılda beyninize hücum eden 200.000

haberden (!) geriye hemen hemen hiçbir şey kalmadığını fark edeceksiniz.

Her sütunun alt kısmına hayatınızdaki büyük değişiklikleri yazın: zaferleri, düşüşleri, rahatlamaları; kişiliğinizde, ailenizde, kariyerinizde, arkadaş çevrenizde, boş zamanlarınızda, ruhsal ve zihinsel yaşamınızda yaşanan büyük gelişmeleri. Belki evlenmişsinizdir. Belki bir çocuğunuz olmuştur. Belki bir eğitime başlamaya ya da bir eğitimi bırakmaya karar vermişsinizdir. Belki işten kovulmuşsunuzdur. Belki kanser olmuşsunuzdur ya da sevdiğiniz birini kaybetmişsinizdir. Belki lotoyu tutturmuş, bir ev satın almış, dünya seyahatine çıkmış, bir işletme açmışsınızdır. Her ne yaptıysanız artık.

Ardından düşünün: Hangi haberler (sayfanın üst kısmındakiler) hayatınızdaki hangi gelişmeleri (sayfanın alt kısmındakileri) doğrudan etkiledi? Belki 2015'te Avrupa'da patlak veren mülteci krizi bir yıl sonra işi bırakmanıza ve kendi yardım projenizi oluşturmanıza sebep olmuştur. O zaman 2015'teki mülteci kriziyle 2016'daki yardım projeniz arasına kalın bir çizgi çekin. Bu on yıllık süreçte kaç tane bağlantı çizginiz var?

Efendim, hiç yok mu? Şaşırmayın. Çok normal. Haber dünyası ve kendi hayatınız iki farklı evren gibidir, birbirleriyle hiç ilgileri yoktur. Bu da haber yaygarasını gönül rahatlığıyla göz ardı edebileceğiniz anlamına gelir. İki şeyi birbirine bağlayan bir çizgi bulduysanız bile, transmisyon mekanizması olarak haberlere ihtiyaç duymazsınız. Örneğin, 2015'te Germanwings uçağı düştüğünde

(sayfanın üst kısmı) kayınvalideniz öldüyse (sayfanın alt kısmı) bunun *haberlerle* hiçbir ilgisi yoktur.

Hâlâ ikna olmadınız mı? Of, amma inatçısınız! Öyleyse bir tavsiye daha vereyim: Tam bir günü şehir kütüphanesinde geçirin ve eski gazetelerin hepsini yalayıp yutun - on yıllık ya da yirmi yıllık gazeteleri. Hemen hemen bütün gazete makalelerinde en önemli konuların es geçildiğini fark edeceksiniz. Gazeteciler zamanın işaretlerini görmemekle kalmazlar, bir de yanlış işaretleri yanlış anlamlandırırılar. Örneğin, 2007'den bir gazete alıp sayfalarını karıştırın, hemen kapımızda bekleyen ekonomik krize dair neredeyse hiçbir şey bulamazsınız. Olsa olsa süper başarılı yatırımcıların pohpohlandığını görürsünüz. Her şey kahramanlarını artık kimsenin tanımadığı skandallardan, olaylardan ve basit hikâyelerden ibaret kalın bir duman bulutuyla kaplanmış haldedir. O zamanki haberleri okumak size komik gelecektir - bugünkü *son dakika* haberlerin on yıl sonra geleceği kadar komik.

İnternette Almanya'nın akşam haberleri arşivini bulabilirsiniz. Neler varmış bir bakalım: Bu kitabın Almanya'daki çıkış tarihi 3 Eylül 2019. Bundan tam olarak yirmi beş yıl önce ne olmuştu? Google'a "*Tagesschau* 03.09.1994" yazabilirsiniz. Ne öğrendik? Hristiyan Sosyal Birliği partisi Münih'te genel parti toplantısı yapmış. İnşaat işçileri kötü hava koşullarında çalışmadıkları için ödenecek işsizlik ücretinin kesilmesini protesto etmiş. Gorbaçov (artık görevde değil) Doğu Almanya'daki toprak reformuyla ilgili görüşlerini bildirmiş. Almanya'da

konuslanan son Rus askerleri de geri çekilmiş. Belçikalılar bağımsızlıklarının ellinci yılını kutlamış. Şansölye Kohl bir müzenin açılışını yapmış. Çin ve Rusya aralarındaki işbirliğini güçlendirmek istiyorlarmış. Volkswagen Hindistan'da büyümeyi hedefliyormuş. Werder Bremen ligin lideri konumuna yükselmiş. Potsdam'da çocuk festivali yapılmış. Loto sonuçları açıklanmış. Söz konusu akşam haberlerinin bir sebepten hiç yayınlanmadığını düşünün. Sonuç ne olurdu? Tam olarak hiçbir şey. Haber endüstrisi toplumun apandisi gibidir – sürekli iltihaplanır ama hiçbir işe yaramaz. En iyisi aldırın gitsin.

PEKİ YA DEMOKRASİ? –

1. KISIM

Belki bu kısa kitapla haberlere olan inancınızı biraz olsun sarsmayı başarmışımıdır. Umarım sizi ve diğer birkaç okuru, haberlerden arındırılmış bir yaşamın daha iyi olduğuna ikna edebilmişimdir. Ama şu da kesin ki büyük bir çoğunluk dünyada olan bitenlere her gün göz atmayı eğitilmiş ve toplumla ilgili birinin hayatının olmazsa olmazı saymaktadır. Haberlerden kaçınmak çabucak ahlaksız bir tutum olarak yaftalanabilir. Tıpkı Orta Çağ'da pazar vaazlarına katılmamanın ahlaksızlık sayılması gibi. Demokrasi sorusu (Haberler bunun için temel bir gereklilik değil mi?) bu bağlamda en sık yöneltilen itirazdır. Neyse ki bunu da çürütmek çok kolaydır.

Diyelim ki hepimiz haberlerden vazgeçtik. Böyle yaparak demokrasiye zarar vermiş olmaz mıydık? Şimdi bu soruyu iki ayrı soruya bölelim. Birincisi: Vatandaşlar seçim ve referandumlarda nasıl doğru karar verecek? İkincisi: İktidar sahiplerini kim denetleyecek?

İlk soruyla ilgili şunu söyleyebilirim: İnsan hem haberlerden vazgeçip hem de mantıklı bir şekilde oy kullanabilir mi? Politik bir söylem geliştirmek haberler olmadan mümkün değil mi? Bu sorular köklü bir fikir geliştirebilmenin tek yolunun haber tüketiminden geçtiğini telkin etmektedir. Fakat bu doğru değildir. İlginç bir şekilde, modern demokrasinin fikir babaları (Rousseau, Hume, Locke ve Montesquieu) haber selinden önceki bir zamanda yaşadılar. Evet, o zamanlarda da zengin bir politik söylem vardı. Bunlar bir yandan kitaplar, broşürler, makaleler, tartışma kulüpleri ve kamuya açık toplantılarla yürütülüyordu, diğer yandan da her yerde peyda olan politik salonlar –ilginç bir şekilde birçoğunu kadınlar kurmuştu– canlı bir politik söylemin gelişmesine katkıda bulunuyorlardı. Son dört yüzyılda yaşanan en büyük politik devrimlerin –Amerikan Devrimi, Fransız İhtilali, 1848 Devrimleri, Doğu Almanya’nın çöküşü– gerçekleşmesi için ne akşam haberlerine ne haber sitelerine ne de haber akışlarına ihtiyaç duyuldu. Bilakis haberlerle yürütülen demokratik hareketler başarısızlığa uğradı.

Biraz daha geriye gidelim: Demokrasi iki bin beş yüz yıl önce Antik Yunan’da (tabii kadınların, kölelerin ve otuz yaş altı erkeklerin dışarıda tutulduğu bir elit demokrasisi) gazeteler, televizyon ve internet olmadan da işliyordu. Peki insanlar o zaman nasıl bilgi sahibi oluyordu? Düşünerek, tartışarak. Kimsenin aklına Atina için daha iyi kararlar almak adına önemsiz bilgilerden ibaret bir sulama makinesini desteklemek gelmiyordu.

Günümüze geri dönelim. Haberler olmadan mantıklı bir şekilde nasıl oy kullanacağız? Tavsiyem şudur: Önce adayın neler başardığına bakın, adayın vaatlerine ancak bundan sonra bakın. Elbette bu bilgilere ulaşmak için Google'a girmeniz gerekecek, belki o sırada bir haber sitesine de denk gelirsiniz. Sorun değil, önemli olan internetteki gezintinizin yönünü medyanın/makinelerin değil, *sizin* belirlemeniz.

Referandumlarda çözüm daha da basittir. İsviçre'de referandum öncesinde vatandaşların evine, önerilen yasa değişikliğinin metni, karşı çıkan ya da destekleyen en önemli argümanlarla beraber gönderilir. Köklü bir fikir geliştirebilmek için sağlam bir temeldir bu. Bir gün dahi haber tüketiminden uzak duran birinin referandum tasarısını değerlendirmek için yeterli vakti olur, bu sayede de daha iyi bir demokrat halini alır. Ben böyle durumlarda benimkine karşı olan görüşü anlayabilmek için iki üç arkadaşım ile tartışırım. Karşı görüşü en az kendi görüşüm kadar iyi savunabiliyorsam kendimi bu konu hakkında konuşacak ve oy kullanacak kadar nitelikli hissederim.

Haberler demokrasi için yalnızca önemsiz olmakla kalmazlar, aynı zamanda zararlıdırlar. Hiç kimse politik söylemin kalitesinin son otuz yılda hissedilir derecede düştüğünden şüphelenmiyor. Bu zaman aralığı da tam olarak haber selinin kabarışıyla örtüşüyor. Bir sürü özel televizyon ve radyo kanalı çıktı. Bedava gazeteler piyasaya akın etti. İnterneti aralıksız haber yapan kanallar bastı. İnternet en önemsiz haberlerin bedava yayılmasına imkân

tanıdı. 2007'den beri akıllı telefonlar sayesinde haberler özel yaşamımızın en ücra köşelerine kadar sızdı – sürekli olarak elimizdeler, pantolon cebimizdeler, bizimle beraber yatağa giriyorlar.

Artan bir haber seli ile düşen politik söylem kalitesi arasındaki bağlantı rastlantısal bir korelasyon olabilir. Ama ben böyle olduğuna inanmıyorum. Bu gelişme “silahlanma yarışından” bildiğimiz bir mekanizmayı akla getirmektedir: Bir futbol maçındasınız. Önünüzdeki birkaç seyirci sahayı daha iyi görebilmek için parmak uçlarında yükseliyor. Böylece diğer herkesi parmak uçlarında yükselmek zorunda bırakıyorlar. Toplam net kazanç sıfır, tabii herkesin ayağına aynı anda kramp girmesi dışında. Haber üreticileri ve tüketicileri de aynı şekilde davranmaktadır. Yani biri ne kadar yüksek sesle bağırırsa diğerlerinin de o kadar bağırması gerekiyor. Bir sayfa ne kadar sansasyonel olursa diğerlerinin de o kadar sansasyonel bir karşılık vermesi gerekiyor. Sonuç: beyaz gürültü ve kutuplaştırılmış bir toplum. Haberler *race to the bottom*'a, yani mantıksızca bir rekabet yüzünden herkesin aşağıya çekilmesine sebep oluyor – yarışın en küçük ortak paydası da ultra kısa sansasyonel haberlerdir. Siz tek başınıza bu yarış ne durdurabilir ne de tersine çevirebilirsiniz. Ama katılmak zorunda değilsiniz. Özellikle de iyi bir demokrat olmak istiyorsanız.

PEKİ YA DEMOKRASİ? –

2. KISIM

Bir önceki bölümde haber diyeti sayesinde, kafanızı haber kasırgasına kısırdığınızda olacağınızdan daha iyi bir demokrat olabileceğinizi gördük. Şimdi demokrasiyle ilgili ikinci soruyla ilgilenelim: Herkes haber diyeti yaparsa iktidar sahiplerini kim denetleyecek?

Demokrasi ancak gerçeği gün yüzüne çıkaran ve meseleleri karmaşık yapılarına uygun olarak açıklayan bir basınla birlikte işe yarar. Bu da muhabirlikten açık ara daha zordur. Dolayısıyla gazeteciliğin iki türüne ihtiyaç duyarız. Birincisi gerçekleri ve yanlışları ortaya seren araştırmacı gazeteciliktir. Diğeri de daha büyük resmi betimleyen, olayların arka planlarını açıklayabilen gazeteciliktir; biz buna “açıklayıcı yayıncılık” diyelim. Gazeteciliğin iki türüsü de zordur. İkisi de pahalıya patlar. İkisi de üreticisinden ustalık, tüketicisinden konsantrasyon bekler. Ve ikisi de kısa haber formatına çevrilmeye uygun değildir.

Araştırmacı gazeteciliğin tarihteki en ünlü örneği “Watergate skandalı”dır – Başkan Nixon’ı koltuğundan eden yolsuzluk skandalı. Elbette çok az araştırma bu kadar sansasyon yaratır, özellikle de yerel düzeyde olanlar. Sorun değil. Bu araştırmalar önemlidir. Hiç şüphe yok ki iktidar sahiplerini denetleyen insanlara ihtiyacımız vardır – ister küresel ister bölgesel ister yerel düzeyde olsun. Ama maalesef çok az gazetecinin bunu yapacak araçları mevcuttur. Muhabirlerin aksine araştırmacı gazetecilerin çok fazla zamana, bazen tek bir olaya yatırımları gereken haftalara ve aylara ihtiyaçları vardır – yani birçok durumda *kopyala-yapıştır* yönteminin yeterli olduğu masabaşı gazeteciliğin aksine. Araştırmacı gazetecilerin konuyu hakkında yazacakları iktidar sahipleri kadar iyi bilmeleri gerekir. Masabaşı gazetecilerin aksine konforlu çalışma alanını terk etmek, tekinsiz dünyaya adım atmak zorundadırlar. Araştırmacı gazeteci yayımlanmaya uygun ilk hikâyeyle tatmin olmaz. Biraz daha derine iner, ellerini kirletir; meselenin aslını öğrenmeye, denetlemeye çalışır.

Bir şeyleri ortaya çıkaran, belki arada bir de sansasyon yaratan bulgular kısa habercikler şeklinde mi ortaya çıkmalı? Kesinlikle hayır. Bir ifşanın bir gün, bir hafta veya bir ay erken ya da geç gün yüzüne çıkması çok nadiren önemlidir. Önemli olan temiz, derinlemesine ve iyice araştırılmış olmasıdır. Evet, Watergate skandalı da günlük bir gazetede (*Washington Post*) yer almış olan bir araştırmacı gazetecilik örneğiydi. Ama makale oldukça uzundu (9.000 ila 16.000 klavye vuruşu arasında), bu da

epey dolu ve fotoğrafsız bir *FAZ* sayfasına tekabül eder – yani haber lokmacıklarının tam tersi. Bob Woodward ve Carl Bernstein araştırmalarını uzun bir dergi makalesi şeklinde elbette yayımlayabilirlerdi. Ya da –1972’de mevcut olsaydı– detaylı bir blog yazısı hazırlarlardı. Ya da belki bir kitap. Dolayısıyla haberlerden uzak durursanız kesinlikle ülkedeki basını engellemiş olmazsınız. Tam tersine: Asıl inandırıcı olan araştırmacı gazeteciliği desteklemiş olursunuz.

Gazeteciliğin acilen ihtiyaç duyduğumuz ikinci türü “açıklayıcı yayıncılık”tır: Burada amaç önemli gelişmelerin arkasındaki sebepleri, tetikleyicileri ve bağlantıları aydınlatıp çözümler sunmaktır.

Uygun formatlar da uzun gazete ve dergi makaleleri, belgeseller, podcast’ler ve kitaplar. Burada da yüzeysel gazetecilikte olduğundan çok daha farklı beceriler gerekli. Açıklayıcı yayınlar hazırlayanların –araştırmacı meslektaşları gibi– konunun uzmanı olmaları gerekiyor. İnsan ancak bir, en fazla iki alanda uzman olabilir. On, yirmi, hatta otuz farklı konuda yazı yazan bir gazeteci ciddiye alınmaz. Analizleri, fikirleri, “dünyaya dair açıklamaları” –çok düzgün bir dille ifade edilseler bile– kaçınılmaz olarak değersizdir.

Bu kitap zeki gazetecilerin, haber gazeteciliğine veda edeceği, araştırmacı gazeteciliğe ya da açıklayıcı yayıncılığa geçecekleri umuduyla yazıldı. Bir de yetenekli olan az sayıdaki gazetecinin başka bir iş bulacağı umuduyla:

Hem toplum hem kendileri için bir kazanç olacaktır bu çünkü kötü gazetecilikle zaten çok da para kazanılmaz. Öyleyse kendine güvenen gazeteciler kendilerine bir yeterlilik çemberi (9. Bölüm) oluşturmalıdır. Çünkü belirli bir alanda uzmanlaşmaları gerekir. Ayrıca çok iyi iletişim kurabilmeleri de gerekir. Bu, çok az insanın üstesinden gelebileceği çift yönlü bir mücadeledir.

Böyle insanlar bilgileri ve kabiliyetleri karşılığında para kazanmak isteyeceklerdir. Onlara kim bu parayı ödeyecek? Profesyonel yayınların dışında, açıklayıcı gazeteciliğe temel oluşturacak kadar stabil olan bir iş modeli henüz bulunmuyor. Fakat ne kadar çok insan haberlerden vazgeçer, nitelikli yayınlarla ilgilenirse bunun günün birinde gerçekleşme olasılığı o kadar artacaktır. Bu dönüşüm -beslenmede olduğu gibi- tüketicilerden kaynaklanmalıdır. Bu durumda piyasa ona göre yeniden düzenlenecektir.

HABER YEMEĞİ

Kamusal alanı, hatta belki demokrasiyi canlandırabilmemiz için bir fikir sunacağım – üstelik aptallaştırıcı haberlere başvurmadan. Şöyle bir şey:

Herkesin yemek yemesi gerekir. Özellikle de öğlenleri. Ben bazen yemeğimi tek başıma ofisimde yerim. Çok kısa sürer, bir yandan da sesli kitap dinlerim. Bazen öğlenleri iş yemekleri olur. Bazen de arkadaşlarımla buluşurum (evet, onların arasında da gazeteciler var). Karşımdakinin kim olduğu hiç fark etmez, her kimse alışkanlıkla ona şu soruyu sorarım: Yemeğin sonunda peçetelerimizi yeniden katladığımızda bu öğle yemeğinin güzel bir yemek olup olmadığını hangi kriterlere göre belirleriz? Cevap çoğunlukla şudur: Yemek arkadaşından (ve aynı şekilde o da benden) daha önce bilmediğim doğru ve önemli bir şey öğrendiysem, mesela dünyayı daha iyi anlamama katkıda bulunacak yeni bir bakış açısı, o zaman bu yemeğe güzel bir yemek derim.

Böyle öğle yemekleri, özellikle de her iki taraf tam olarak *bir* konuya odaklanırsa çok kıymetli ve keyifli olur.

Çünkü bu, yüzeyde gezinmek yerine derine inmeye imkân tanır. Ayrıca karşımdakinin bahsettiği konuyu ele alış biçimini, çıkarımlarını nasıl yaptığını öğrenirim - aynı şekilde o da benimkileri öğrenir. Şayet yemek arkadaşım bir gazeteciye bana üzerinde çalıştığı en önemli hikâyeyi anlatır. İki hikâye değil. Üç değil. Bir hikâye. Böylece ben de hikâyedeki ayrıntıları, gri alanları, olayın ardındaki dinamikleri, bağlamı ve gazetecinin tutumunu (metabilgi denilen şeyi) öğrenirim.

On beş dakika sonra sıra bana gelir. O da benden, o sıralarda beni meşgul eden bir problemi öğrenir - tek bir problem, iki ya da üç değil. Bu bir kitabın bir bölümü ya da bir iş fikri olabilir. Bu da on beş dakika sürer. Espresso içene ve hesabı ödeyene kadar geçen süreyi de farklı konularla doldurur ya da iki konudan birini biraz daha kurcalarız. Ben bu formata “haber yemeği” diyorum. Her haber yemeğinden sonra ofisime neşelenmiş olarak dönerim. Böyle bir öğle yemeği -en azından benim için- şimdiye dek hiç fiyaskoyla sonuçlanmadı.

On beşer dakikalık katkılarla haber yemeği düzenleme fikri elbette geliştirilebilir ve sadece balığa, ete ya da sebzeye değil, taze fikirlere de aç olan daha fazla insana ulaşılabilir. Şehirlerde düzenli olarak haber yemekleri düzenlemek için restoran ya da oda kiralamak mümkündür. Bir uygulama ya da internet sitesi üzerinden günün haber yemekleri duyurulabilir (ödemesi de yapılabilir). Yemek, her iş gününde on ikide başlar. On beşer dakikalık enerjik iki konuşma ve sağlıklı bir öğle yemeğinden ibaret olur.

Bir gazeteci on beş dakika boyunca üzerinde çalıştığı en önemli hikâyeyi anlatır. İki ya da üç değil, bir hikâye. Odak noktasında manşet değil bağlam olur. Yöntemin, yani gazetecinin hikâyesi üzerinde çalışma biçiminin, atmosferin, renkliliğin vs. sunumun bir parçası olması gerekir. Hikâye ne kadar yerelse katılımcıların birçoğu için o kadar önemli olur.

Sonra bir bilim insanı konuşur (veya şayet bir uzmanlığı varsa da bir gazeteci); yavaş geliştiği, soyut olduğu, dikkat çekici görüntüler sunmadığı ve kişilerle ilişkilendirilemediği için medyada yer bulma olasılığı olmayan bir hikâye anlatır. Bu ikinci sunum da aynı şekilde on beş dakika sürer. İki sunumun ardından sağlıklı, keyifli bir öğle yemeği yenir – self servis ya da değil. Yemek kısmı dâhil haber yemeğinin tamamı maksimum altmış ila yetmiş beş dakika sürer.

Peki yemek sırasında ne konuşulur? Mevcut iki konu elbette. Zekice sofrta muhabbetleri için daha iyi bir fırsat bulunamaz. Üstelik her seferinde “dünyanın jeneratörlerini” anlamaya çalışan yeni insanlarla buluşulabilir. Kısacası, haber yemeği, öğle arasını hem zihinsel hem sosyal olarak daha leziz kılmanın bir yoludur.

Kimler bu tür haber yemekleri düzenleyebilir? Restoranlar, girişimci insanlar ya da medya kuruluşlarının kendisi düzenleyebilir – doğal olarak her haber yemeği katılımcısı potansiyel bir abonedir. Şüphesiz büyük şehirlerde birbirleriyle rekabet edecek birçok haber yemeği için yer bulunabilir. Misafirler öğle yemeği için en ilgi

çekici grubun nerede toplandığını, en önemli bilgileri nereden alabileceklerini zamanla öğrenirler.

Belki bu fikir bir harekete dönüşüp birçok şehre yayılır. Diyelim ki yabancı bir şehirdesiniz ve vakit öğlen ama yemeğe çıkacak kimseyi tanımıyorsunuz. Elbette yerel bir restoranda tek başınıza bir köşede oturup bir hamburger yiyebilirsiniz. Fakat bu şehirdeki haber yemeklerine uğramak daha zekice olurdu: akıllıca bir sohbet, sağlıklı bir yemek ve ilginç insanlar garanti. Üstelik hepsi samimi bir süreç ve uygun bir fiyatla. Kim bilir, belki bir üyelik sistemine dayanmayan dünya çapında bir topluluk oluşur – klasik haberlerin ufak bilgi lokmalarından bıkan, dünyayı daha iyi anlamak isteyen insanlar için.

Benjamin Franklin’in meşhur on üç prensibinden biri şudur: “Boş konuşmalardan uzak dur.” Bu kural bilhassa sofrada geçerlidir: Güzel bir öğle yemeği her bakımdan besleyici olmalıdır.

HABERLERİN GELECEĞİ

Habercilik nereye gidiyor? Gördüğüm kadarıyla dört temel eğilim mevcut.

1 numaralı eğilim: Haber seli geometrik olarak büyüyor. Dünyada ne kadar çok insan yaşarsa o kadar çok şey olur – rekorlar, icatlar; zalimce, hayranlık verici ve akıl almaz şeyler. On bin kişinin yaşadığı bir köy, on milyar insanın yaşadığı bir toplumdaki çok daha az haber malzemesi sağlar. İnsanlar arasındaki olası işbirliklerinin sayısı insan sayısı ile doğrusal olarak değil, orantısızca büyür. Üstelik haber üretmenin ve yaymanın maliyeti sıfıra doğru iniştedir. Bu yüzden de haber seli doğrusal olarak değil, geometrik olarak büyüyor. Beyaz gürültüde patlama yaşanırken, haberlerin bireylerin hayatındaki önemi sıfıra yakın bir seviyede seyretmektedir.

2 numaralı eğilim: Haber her zaman her yerde etrafımızı sarıyor. Eskiden haberler belirli zamanlar, belirli yerlerde okunur, izlenir ya da dinlenirdi. Haberlerin olduğu bir zaman aralığı, olmadığı bir zaman aralığı

vardı. Haberlerin olduğu yerler vardı, olmadığı yerler vardı. Bugün ise haberler hem kamusal hem özel yaşamın her alanında ve her saat bulunabilir. Giderek de artacaktır. Otobüslerde ve tramvaylarda neden haber ekranlarına ihtiyaç duyulur ki? Ya da benzin istasyonlarında? Neden istasyonlarda devasa haber ekranları vardır? Cevap: Her yere uzanan bu rahatsızlığın arkasında, çoğu zaman haberler ile reklamlar arasındaki uğursuz müttefiklik yer almaktadır. Yani haber üreticileri ile tüketicilerinin çıkarları birbiriyle örtüşmemektedir. Haberler iş sırasında da peşimizdeler, cep telefonları aracılığıyla tuvaletten yatak odasına kadar yanımızdalar. Sabah dişlerinizi fırçalarken size haberleri gösteren banyo aynaları vardır. New York'ta taksiye binenler haberlere tahammül etmek zorunda kalır. Belki çok yakında ücretsiz tasarım güneş gözlükleri çıkacak, güzel bir indirim karşılığında düzenli olarak gözümüzün önünde haber ve reklam karışımı bir şeyler oynatacak. Haberler istisnasız her yerdeler. Onlardan kurtulmak isteyen radikal bir tavır takınması gerekir.

3 numaralı eğilim: Algoritmalar bizi giderek daha iyi tanıyorlar. Arkanızda veri izleri bıraktığınız her yerde (Google, Facebook, Amazon, Apple, yer sağlayıcınız ve internet sitelerinde) kişiliğinize dair gitgide daha belirgin bir tablo oluşturan programlar işbaşında. Daha şimdiden bu algoritmaların birçoğu sizi kendinizi tarif edebileceğinizden daha iyi tanır - eğilimlerinizi, politik düşüncelerinizi, tüketici davranışlarınızı, kariyerinizi, boş zaman aktivitelerinizi, ilişki biçiminizi, günlük

hayatınızı, dileklerinizi, kaygılarınızı ve sıkıntılarınızı. Bu algoritmalar sizin duygularınıza hitap etmenin en iyi yollarını bilirler. Duygusal tuşlarınıza hayat arkadaşınızdan daha aşinalar. Dolayısıyla bu programlar sizi en çok etkileyecek haberlerle, görüntülerle ve videolarla besleyebilirler. Maalesef algoritmalar bunu hayrına yapmazlar. Soğukkanlılıkla hesaplar yapan programların arkasında somut çıkarlar, yani para –sizin paranızı– isteyen firma sahipleri (hissedarlar) vardır. Aslında mevzu her seferinde size bir şeyler satmaktır: reklam, ürün, politik fikir, dünya görüşü. Elbette basılı gazetelerde de durum aynıdır. Onlar da büyük oranda reklamlarla finanse edilmektedirler. Onlar da dikkatinizi reklamlara çekecek yem haberler yaparlar. Ama basılı gazeteler sizin hakkınızda hiçbir şey bilmezler. O yüzden de basılı gazetelerin üzerinizdeki etkisi düşüktür. Bugünkü algoritmalar yem haberleri (İngilizcede “clickbait”, yani “tık tuzağı”) çok daha isabetli yerleştiriyor. Sonuç: Haber selinden uzak durmak giderek zorlaşıyor. Sigaranın, alkolün ve kokainin sadece bedava olmadığını, bir de görünmez ellerce günün her saatinde, her yandan ücretsiz sunulduğunu hayal edin. Böyle bir durumda insanların büyük çoğunluğunun bağımlı olacağına hiç şüphe yoktur. Bugün haberlerin yaptığı şey tam olarak budur. Haber bağımlılığına karşı koyma ihtimaliniz küçük değil, sıfır bile değil, sıfırın altındadır. Haber tüketmemek, haber üretmekten çok daha fazla disiplin gerektirir.

4 numaralı eğilim: Haberler gerçeklerden gitgide uzaklaşıyor. Algoritmalar yalnızca sizin aslında kim olduğunuzu bilmekle kalmıyorlar. Gitgide daha yaratıcı oluyorlar. Programlar şimdiden yapay zekâ yardımıyla insan desteği olmaksızın metinler, fotoğraflar ve videolar oluşturuyorlar. Birkaç yıl içinde yapay haberler gerçek haberlerden ayırt edilemeyecek noktaya gelecektir. Hatta bu *sahte haberler* gerçeklerinden daha ilgi çekici olacaktır. Elbette tek amaçları dikkatinizi çekmektir. Yani gerçekle ilgilenmelerine gerek yoktur. Belki etrafa *sahte haberler* yaymaktan kimin, ne çıkarı olacağını soruyorsunuz muhtemelen. Cevap çok basit: Size reklamlarını sunmak ve verilerinizi toplamak üzere dikkatinizi mümkün olduğunca uzun süre esir almak isteyen her kurum. Ayrıca görüşlerinizi, hatta politik olanları bile manipüle etmek isteyen kurumlar da. *Sahte haberler* hep vardı – Orta Çağ’ın sonlarında ortaya çıkan el ilanları, savaş zamanlarındaki propagandalar. Aradaki en önemli fark şudur: Gelecekte sahte haberleri yapan insanlar olmayacak. Eskiden yalanların arkasında insanlar olurdu ve bu yüzden vicdan muhasebesi yapmaları gerekirdi; çok yakında bütün yalanların arkasında bilgisayar programları olacak. Ve onların muhasebesini yapacakları bir vicdanları yoktur.

Haberlerin beynimizi püreye çevirme tehlikesi gide-rek artıyor. Haber seli gittikçe büyüyen yeni dalgalarla kabarıyor. Hâlâ gücünüz varken onlardan kurtulun. Zaman kısıtlı.

NASIL BİR HİS

İngiltere, İskoçya ve İrlanda kralı I. Charles 26 Ocak 1649'da ölüme mahkûm edildi. Krallığı parlamento olmadan yönetmek istemiş ve bir iç savaşa yol açmıştı ve sonunda kaybetmişti. O zamanki her kral gibi Charles da yönetmek için tanrı tarafından seçildiğini düşünüyordu ve halkın önemli bir kısmı da ona inanıyordu. Avrupa tarihinde ilk kez bir kral idam edilecekti. Bunun yapılabilir bir şey olup olmadığına dair her yerde bir kuşku, sonuçlarına dair bir korku hâkimdi. Tanrı dünyayı kaosa mı sürükleyecekti?

30 Ocak 1649'da, saat tam öğleden sonra ikide, binlerce seyir meraklısının gözünün önünde kral idam sehpasına çıkıp başını kütüğe koydu. Kısa bir duanın ardından cellada ölmeye hazır olduğunu işaret etti. Temiz bir balta vuruşu yeterli oldu, kafası yuvarlanıp gitti. Kalabalıkta bir uğultu koptu. Bazı insanlar mendillerini akan kana batırdılar.

Ertesi gün, 31 Ocak'ta hayat kaldığı yerden devam etti. Thames Nehri her zamanki gibi akıyor, kuşlar hiçbir şey

olmamış gibi cıvıldıyor, güneş vaktinde doğuyor, inekler süt veriyor, fırıncılar ekmek pişiriyor, çocuklar doğuyor, doğum günleri kutlanıyor, dünya kralsız da dönüyordu.

Zamanında krallara karşı duyulana benzer bir korkunun, haberlere karşı da duyulduğunu fark ettim. Haber diyetine ilk tepki her seferinde şöyle olur: *Bu yapılabilir bir şey mi?* Sanki hayatımızın anlamı bir anda kaybolacak, sırf biz gazete okumamaya karar verdik diye toplum kısa sürede çökecekmiş gibi. Kulağa gülünç geliyor ama birçok insanın gözünde habersiz yaşamak, üç yüz elli yıl önce kralsız yaşamak kadar akıl almaz bir şeydir. Elbette medya önemlilik kisvesini elinde tutmak, hatta güçlendirmek için elinden geleni yapar. Bunu televizyonda etkileyici tanıtım filmleriyle yaparlar; uçaklar, roketler, başkanlar, dönen bir dünya ekrandan hızlıca geçiverir – üstte de şatafatlı bir müzik. Tüm bu şamata bize şu mesajı verir: Buradaki her şey önemli. Oysa oradaki hiçbir şey önemli değildir.

Kral yüzlerce yıl hiç sorgulanmadan tahtında oturdu, sonra kafasını kestiler ve aniden herkes fark etti ki onsuz da oluyordu. Haberlerde de durum tam olarak böyledir: İlk anda haberleri tamamen bırakmak çok radikal, küstahça, ahlaksızca, bencilce ve kâfirce gelebilir. Fakat çocuklarımızın çocukları haber bağımlılığını yalnızca başlarını iki yana sallayarak hatırlayacaklar.

Duyulmadık bir şeyi yapıyor olduğunuz hissi haber diyetinin başlarında size alttan alta eşlik edebilir. En azından bende öyle oldu. Sanki yakışksız bir harekette bulunmuşum gibi. Sanki her şeyden haberdar olmak dü-

rüst bir vatandaşın göreviymiş gibi. O yüzden başlarda vadesi belli bir deney mi söz konusu, peşine takıldığım çılgınca fikir birkaç hafta sonra vazgeçeceğim bir delilik mi, emin olamadım. O zaman argümanlarım da henüz yeterince olgunlaşmamıştı. Kalkıştığım deneyden kimseye bahsetmiyordum. Bir sohbet güncel bir konuya geldiğinde haberlerde görmüşüm, sadece üstünde çok da durmamışım gibi davranıyordum. Diğer insanlar akşam haberlerinde gördükleri bir şeye güldüklerinde onlarla birlikte ben de gülüyordum. Dünyanın diğer ucundaki bir doğa felaketinden bahsettiklerinde düşünceli bir ifade takınıyor, bu felaket elbette dikkatimden kaçmamış ama olayı zihnimde çoktan sindirdiğim için duygusal bir tepki veremiyormuş gibi davranıyordum. Kısacası elimden geldiğince rol yapıyordum. Bu aşamada yakından tanımadığım insanlarla görüşmekten kaçınıyordum çünkü üstünkörü sohbetlerde önce konuşacak bir şeylerin bulunması gerekiyor ve -havadan konuştuktan sonra- konu çabucak güncel olaylara geliyordu. Kendi kendime yaptığım deneyden söz etmeyiye çok utanç verici buluyordum.

Fakat zamanla doğru yolda olduğuma dair güvenim arttı. Argümanlarım güçlendi, yaşama bakışım netleşti, zamanım daha esnek, kararlarım daha iyi, iç huzurum daha derin oldu. Bunların hepsini siz de deneyimleyeceksiniz. Sevgili okur, artık elinizde haber tüketimine karşı bir yığın argüman bulunuyor. Şimdi yapmanız gereken bunları sadece uygulamaya koymaktır.

Haberlerden arındırılmış yaşamınız yüzünden partilerde sıkıcı görünmekten mi korkuyorsunuz? Hiç merak etmeyin. Bir devlet başkanının sinir bozucu bir tweet attığını bilmiyor olabilirsiniz ama dünyayı artık daha iyi anlıyorsunuz ve bu anlayışı arkadaşlarınızla paylaşabilirsiniz. Yeni yaşam tarzınızdan bahsetmekten hiç çekinmeyin. Sizi büyülenmişçesine dinleyecekler. Olur da sohbet tıkanırsa yeniden canlandırmak için şu sorudan daha iyisi yoktur: “Bu haftanın en önemli manşetleri neydi?” Göreceksiniz, insanların çoğu size son gelişmeleri aktarmaktan *memnuniyet duyacaktır*. Dahası onlara devasa ama önemsiz haber bilgilerini paylaşmaları için bir fırsat yarattınız diye *sizi* sevecekler. Onlara bilgece bir gülüşle karşılık verin.

SONSÖZ VE TEŞEKKÜRLER

Metinleri ustalıkla yayıma hazırlayan ve gerekli müdahaleleri yapan Koni Gebistorf'a teşekkür ediyorum. Her bir bölüm için illüstrasyon hazırlayan El Bocho'ya içten teşekkürler.

Piper Verlag'dan Martin Janik kadar profesyonel çalışan bir kurgu dışı kitap editörü daha tanımıyorum. Daha önceki kitaplarım *Doğru Düşünme Sanatı*, *Akıllıca Davranma Sanatı* ve *İyi Yaşama Sanatı*'nı basımdan önce inceledikten sonra bu kitabı incelemeyi de kabul edince çok mutlu oldum.

Nassim Taleb haberlerden kaynaklanan mantık hatalarına dikkatimi çeken ilk insan oldu. Ulaştığım bilgilerin birçoğunu ona borçluyum – sadece hangileri olduğunu bilmiyorum. Kaynak oluşturan makaleyi İngilizce yazmıştım. O günlerde *Schweizer Monat*'ın redaktörü, bugünse *Neuen Zürcher Zeitung*'un kültür sanat editörü olan René Scheu makaleyi 2011'de Almancaya çevirmiş, *Schweizer Monat*'ta yayımlamıştı.

Son yıllarda haber tüketimiyle ilgili yürütme şansı bulduğum sayısız sohbet ve yazışma olmasaydı bu kitap ortaya çıkamazdı. Şu kişilere çok kıymetli fikirleri için teşekkür ediyorum (rastgele bir sıralamayla): Thomas ve Esther Schenk, Manfred Lütz, Kipper Blakeley, Valerie von der Malsburg, Peter Bevelin, Matt Ridley, Michael Hengartner, Martin Vetterli, Guy Spier, Tom Ladner, Alex Wassmer, Schoscho Rufener, Marc Walder, Ksenija Sidорова, Georges Kern, Avi Avital, Uli Sigg, Numa ve Corinne Bischof Ullmann, Rolf ve Elisabeth Jenny, Barbara ve Riccardo Ciarpaglini, Holger Ried, Erich Bagus, Wolfgang Schürer, Anja Hergenröther, Ewald Ried, Marcel Rohner, Nils Hagander, Stefan Brupbacher, Lorenz Furrer, Nicole Loeb, Andreas Meyer, Thomas Wellauer, Urs Wietlisbach, Walter Thurnherr, Norbert Riedel, Raffaello D'Andrea, Daniel ve Adrienne Surbek, Myriam ve François Geelhaar, Lou Marinof, Tom Wujec, Urs Baumann, Pascal Forster, Martin Spieler, Georg Diez, Angela ve Axel Keuneke, Daniel Dennett, Ruedi Matter, Christoph Tonini, Simon Bärtschi, Marc Werner, Christian Dorer, Gieri Cavelty, Jean-Rémy von Matt, annem babam Ruth ve Ueli ve maalesef aramızdan ayrılan Franz Kaufmann.

En büyük teşekkür ise karıma. Haber tüketmeyi benden çok önce bıraktı – benim talihim dönmeden ve biz tanışmadan önce. O çok bereketli bir fikir pınarı. Benim ilk lektörüm. Onun acımasız kırmızı kalemi sizin için, sevgili okur, bir lütuf.

SORUMLULUK REDDİ

Bu kitaptaki tezler -bu bütün kurgu dışı kitaplarım için geçerli- kitabın yayın tarihine kadar ulaştığım en net, en doğru bakış açısını yansıtır. Tezlerimi istediğim zaman gözden geçirme hakkını kendime tanıyorum. Hatta belki kendimle çelişmekten zevk bile duyarım. Tezlerimi gözden geçirir ya da kendimle çelişirsem bunun tek sebebi gerçeğe biraz daha yaklaşmak olur, asla kişisel bir çıkar elde etmek değil.

İLLÜSTRATÖR

El Bocho - İllüstrasyon ve Konsept

El Bocho Berlin’de yaşıyor. Grafik eğitimi aldıktan sonra müzik endüstrisi ve *FAZ Sonntagszeitung* için çizimler yaptı. Ürünleri yerel galerilerde sergileniyor. Japonya, Rusya ve Brezilya’daki fuar ve televizyon programlarında “gözlemleyen gözlemci” olarak yer alıyor. Yıllardır kamusal alanlara yerleştirdiği, büyüklükleri beş metreye kadar varan illüstrasyon çalışmalarıyla biliniyor, böylelikle yerel sanat çevresinin kalıcı bir parçası haline geldi.

El Bocho bir romantik ve yaptığı işlerle çabanın boşunallığına dikkat çekiyor.

www.elbocho.net

EKLER

Ben burada sadece en önemli alıntılar, teknik referanslar, okuma tavsiyeleri ve yorumlarla yetindim.

İğne Düşse Duyulurdu

Makalenin ilk versiyonunu 2011 ilkbaharında kendi internet sitemde yayımladım. Başka hiçbir makalem bu kadar çok geri bildirim (ilgi ya da itiraz) almadı.

Bu makalenin kısa versiyonu *The Guardian*'da şu başlıkla yayımlandı: “News is bad for you – and giving up reading it will make you happier”, *The Guardian*, 12 Nisan 2013. (<https://www.theguardian.com/media/2013/apr/12/news-is-bad-rolf-dobelli>)

Alan Rusbridger, 1995'ten 2015'e kadar Büyük Britanya'nın en eski günlük gazetesi olan *The Guardian*'ın yayın yönetmeniydi. Onun zamanında politik sorunlara yol açan Wikileaks belgeleri sızdı. Rusbridger 2018'de harika bir kitap olan *News: The Remaking of Journalism and Why it Matters Now*'u yayımladı – gazetecilikle ilgili eleştirel bir argümandır.

Haber Okumaktan Nasıl Vazgeçtim – 1. Kısım

Matbaacılar 1897 yılında Luzern'de *Luzerner Tages-Anzeiger*'yı çıkarmaya başladılar. 1918'de adı *Luzerner Neueste Nachrichten* (LNN) olarak değiştirildi (1975'ten beri de “Neueste” yerine “Neuste”) LNN, Orta İsviçre'nin en büyük ve en yenilikçi gazetesi oldu (1970'te 54.800 adet basılıyordu). Ben bu gazeteyle birlikte büyüdüm. Ringier (İsviçre'de önde gelen bir medya grubu) 1980'de gazeteyi devralıp yayın yönetmeni

Jürg Tobler'ı işten çıkararak yerine kendi adamını yerleştirdiğinde Tobler'nın azlini protesto etmek için ailecek Luzern'deki protesto yürüyüşüne katılmıştık. O zamanlar bir yayın yönetmeni değişimine verilen duygusal tepki bu kadar sert oluyordu. Bu hayatım boyunca katıldığım tek yürüyüş oldu.

Konu başına sayfa sayısı: 1982 Aralık sayılarına göre.

İsviçre televizyonunun akşam haberleri yayını 1970'li yıllarda saat 20.00'de yapılıyordu. 1980'de yayın saati 19.30'a alındı. Programın formatı on yıl içinde birçok kez değişti. Ama süresi her seferinde önceden belirlenen yayın süresi kadardı: 1980'li yıllarda yirmi sekiz dakika, 1990'lı yıllarda yirmi üç dakikaydı. (https://www.medienhef.ch/index.php?id=14&no_cache=1&tx_ttnews%5Btt_news%5D=170&c-Hash=34931e09f7074446862d72f0a2ed38f5)

Haber Okumaktan Nasıl Vazgeçtim – 2. Kısım

PointCast ekran koruyucusu için bkz.: [https://en.wikipedia.org/wiki/PointCast_\(dotcom\)](https://en.wikipedia.org/wiki/PointCast_(dotcom))

Ayrıca haberler uyuşturucu gibi etki etmez. Haberler *zaten* uyuşturucudur ve biz onların bağımlısıyız. Haber tüketimini toplumsal bir bağımlılık olarak görmüyoruz çünkü bu bağımlılıktan hepimiz muzdaribiz – on ikinci yüzyılda Haçlı Seferleri'ne çıkmanın ya da cadı avlamanın ne kadar aptalca olduğunu anlayamayan insanlar gibi. Yüz yıl sonra geçmişe bakıp soracağız: “Bu insanlar ne yapmış böyle?”

Vücut için Şeker Ne ise Zihin için Haber Odur

Haberlerin icat edildiği belli bir gün yoktur. 1450'de kitap basımının icadından kısa bir süre sonra kitapçıklar çıktı ve geniş bir okuyucu kitlesine ulaştı. Elbette bunların büyük kısmı, bugün verdiğimiz isimle *Opinion Pieces*'ti (yazarının düşüncelerini yazdığı kısa makaleler). Dinî ya da politik argümanlar ve propaganda yazıları içeriyorlardı. Buna paralel olarak abonelik üzerine kurulu bir haber bülteni endüstrisi gelişti. Bu haber bültenlerinin aboneliği çok pahalıydı ve bankerlerden ve tüccarlardan oluşan seçkin bir tabakaya hitap ediyordu. Yurt içindeki ve yurt dışındaki politik değişimlerden ve mahsullerden, hangi geminin nasıl bir yükü hangi limana yanaştığından bahsediyordu – tıpkı

spesifik iş alanları için hazırlanan bugünkü haber bültenleri gibi. Tüm dünyadan haberler sağlayan ve geniş bir kitleye göre tasarlanan ilk gerçek gazeteler piyasaya on yedinci yüzyılın başlarında çıktı. Bunun ilk örneği Strazburg'da yayımlanan *Wochenzeitung*'du (1609), sonra Wolfenbüttel'de yayımlandı. Gazete merakı Almanya'dan Amsterdam'a, Londra'ya, sonunda bütün Avrupa şehirlerine yayıldı. 1640 yılında sadece Amsterdam'da dokuz gazete vardı. İlk günlük gazeteyse 1650'de Leipzig'de piyasaya sürüldü. Gerçekten başarılı olan ilk günlük gazete 1702'de Londra'da yayımlanan *Daily Courant* oldu. Haberlerin tarihiyle ilgili daha fazla şey öğrenmek isterseniz, size şu iki kitabı tavsiye edebilirim: Pettegree, Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press, 2014. Ve Stephens, Mitchell, *A History of News*, Wadsworth Publishing, 1996.

Ayrıca Gutenberg'den bahsetmişken, Çinlilerin hareketli harflerle kitap basımını üç yüz yıl önce icat ettiğinden söz etmemek olmaz. Fakat bu icat Çince'de çok fazla karakter olduğu için yaygınlaşmadı.

Kitapların üretim maliyeti çok yüksek olduğu, buna bağlı olarak da satış fiyatları arttığı için kitapların mecburen büyük bir coğrafi bölgede satılması gerekiyordu. O yüzden kitap basımı yayıncılar için çok az kârlıydı. Öte yandan *pamphlet* denen kitapçıklar para getiriyordu. Ortada henüz gazete yoktu ama bunlar herhangi bir olaya dair kısa yazılardı. Düşük bir ücretle satılabiliyorlardı, hem de yerel olarak. Bu yüzden yayıncılar kitaplar yerine haberlere yöneldi. "Bu türden kısa kitaplar, kopyalarının çoğu yerel olarak dağıtılabildiği için kalın kitaplardan çok daha hızlı geri dönüşler sağladı. Yayıncıların haberlere karşı iştah açmak konusunda neden bu kadar istekli olduğu kolayca anlaşılabilir..." (Pettegree, Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press, s. 73.

Radikal Bir Haber Perhizi

Başka ne okuyacağım? Kitap. Ara sıra nitelikli medyadan uzun makaleler – ne kadar uzun o kadar iyi. *Foreign Affairs*, *MIT Technology Review*, *Science* ya da *Nature* gibi bilimsel dergiler, *Economist*'in bilim ekleri ve ara sıra bir kültür sanat dergisi. Ben en çok yazar sayfalarını, yani ağırlıklı olarak uzmanların yer aldığı dergi ve gazeteleri seviyorum.

Ne yazık ki gazetecilerin çok azı herhangi bir alanda uzman. Ama bu onların suçu değil. Medya gruplarının baskısı onları mümkün olduğunca çok alanda, mümkün olduğunca çok içerik üretmeye zorluyor. Ayrıca okurken benim için önemli olan şey, bilgi alım yolunu yazı işlerinin değil, *benim* belirlememdir. Konuyu, ilgimi çeken meseleyi ben seçerim; sonra cevaplar, açıklamalar, bağlantılar bulmaya çalışırım. Dünyayı anlamak, “dünyanın makine dairesine” olabildiğince ayrıntılı bir şekilde bakmak istiyorum; bunu en iyi sağlayanlar da uzun makaleler, denemeler, belgeseller ve kurgu dışı kitaplardır. Anlamak zaman alır.

30 Günlük Plan

“Microsoft’un kurucu ortaklarından milyarder filantrop Bill Gates yılda iki kez ‘think weeks’ adını verdiği tatiller için herkesle bağlantıyı keser. Bu inziva sırasında yüzlerce sayfa gazete (aynen öyle!), dergi ve şirket raporu okur, şekersiz portakallı gazozunu içer, Microsoft çalışanlarına stratejileri ve vizyonlarıyla ilgili e-postalar gönderir ve teknolojinin geleceği hakkında kafa yorar. 1995’te bu düşünme haftalarından birinde yönetim kadrosundaki herkese gönderdiği ‘The Internet Tidal Wave’ başlıklı bir e-posta çok meşhurdur, bu e-postada internet sörfünün geleceğini tam olarak öngörür ve Microsoft’un kendi internet tarayıcısını geliştirerek rakibi Netscape’i yenmesini sağlar. Çıkarılacak ders mi? Yorgun zihinlerimizi şarj etmek ve dâhil olduğumuz yarışmaya daha güçlü dönmek için rutinimizden ve ofisimizdeki dikkat dağıtıcı şeylerden uzaklaşmamız gerekir. Ama Gates’in bu düşünme haftalarında yaptığı gibi ‘bir helikoptere ya da deniz uçağına binip sessiz bir su kenarında sağlam çatılı bir kulübeye gitmek’ lüksüne hepimiz sahip değiliz. Bazılarımızın ödeyecek faturaları, besleyecek çocukları ve tatil günü kıtlığı var.” (<https://www.theladders.com/career-advice/how-to-take-a-think-week-or-day-like-bill-gates>) ve Rebecca Muller, “Bill Gates Spends Two Weeks Alone In The Forest Each Year. Here’s Why”, *Thrive Global*, 23 Temmuz 2018. (<https://www.thriveglobal.com/stories/bill-gates-think-week>)

Üçüncü basamağa dair: Benzer bir gelişimi yakın bir alanda, hisse portföyünde, kendimde gözlemledim. Her gün, bazen her saat hisse senedi kurlarını gösteren bir iPhone uygulamasına bakıyordum. Tabii borsa

kurlarının dünya haberlerinden daha önemli olduğu söylenebilir çünkü burada mevzubahis olan yaşlılığınız için güç bela ayırdığınız kendi paranızdır. Fakat bir anda aydınlandım: Davranışım abartılıydı. Dahası faydasızdı. Çünkü ben profesyonel olmayan bir yatırımcı olarak zaten kısa vadeli piyasa hareketleriyle ilgilenmiyorum. Uzun vadeli gelişimini dikkate alarak hisse alıyorum – on yıllık, yirmi yıllık. O halde kurun bugün yüzde bir düşmesi ya da yükselmesi niye umurumda olsun ki? Üstelik kayıpları duygusal olarak kazançlardan iki kat daha güçlü hissederiz. Buna *loss-aversion* (kayıptan kaçınma) denir. Hisse kurları da kısa vadede ortalama bir değerde dalgalandığı için –mesela günün ilk seansında yükselip ikinci seansında düştüğü için (ki bunun duygusal ağırlığı iki kat fazla) hissedilen net etkisi negatif olur. Bunu idrak ettiğimde uygulamaya haftada yalnızca bir kez bakmak için kendimi *zorladım* – cuma günleri borsa kapanışından sonra. Başlarda parmaklarımı uygulamaya götürmemek için bütün irademi kullanmam gerekti. Ama iki ay sonra bu dürtü kesildi ve iradem bana kaldı. Bugün borsa kurlarına bakmayı tamamen unuttuğum haftalar oluyor. Başka bir deyişle ikinci basamağa ulaştım. Üçüncü basamağa ise –borsa kurlarından antipati duyma aşamasına– muhtemelen hiçbir zaman ulaşamayacağım.

Hafif Haber Perhizi

Günlük gazetelerin cumartesi ekleri iş günü sayılarından çoğunlukla daha ince olduğu için size cumartesi eklerini tavsiye ederim – şayet haftalık bir gazete ya da dergide karar kılamazsanız.

Ben radikal yöntemi belirli bir sebepten dolayı tercih ediyorum: Maalesef nitelikli medyada bile haber kirliliği var. Nitelikli bir gazetenin büyük kısmı zengin içerikli, uzun makalelerden oluşsa bile bu inciler boş haberlerin konfeti yağmuruyla çevreniyor. O yüzden benimki pürist bir yaklaşım. Kirli kaynaklardan su içmekten hoşlanmıyorum. Aynı şey radyo ya da televizyon programları için de geçerli. Şüphesiz zengin içerikli radyo ve televizyon programları da var. Fakat her yarım ya da bir saatte bir haber aralarıyla bölünmek beni rahatsız ediyor. Başka bir metafor yapayım: Yürüyüşe çıkıyorsunuz. Bir yöne doğru yürüdünüzde hava hep güzel oluyor. Diğer yöne doğru yürüdüğünüzde ise

hava çoğunlukla güzel oluyor ama neredeyse her saat başı bir kasırga çıkıyor. Hangi yöne gidersiniz?

Neden radikal olanı savunuyorum? Haber tüketimi sadece kısıtlanamaz mı? Ama o zaman eroin tüketiminin de birazcık kısıtlanabileceği öne sürülebilir. Yine de haber diyeti birçok insana aşırı tutuculuk gibi geliyor. “Sigara içme” demek de eskiden kulağa radikal gelirdi. Bugünse herkes anlayışla karşılıyor.

Haberler Önemsizdir – 1. Kısım

Yerel hava durumu haberden sayılmaz. Yanıma şemsiye alsam mı, almasam mı? Bu pratik açıdan önemlidir. Neyse ki hava durumu için özel uygulamalar vardır. Yani sırf hava durumuna bakacağım diye haber çöplüğüne dalmanıza gerek yoktur.

Önemli olayları ortaya çıkarıp filtrelemekte gazeteciler ne kadar başarılıdır? İnternet tarayıcısı Mosaic’ten daha eski bir örnek: 1914’te Saraybosna’da Avusturya-Macaristan İmparatorluğu’nun veliahdının öldürülmesi, tüm dünya için önemli olduğundan diğer bütün haberleri gölgede bıraktı. Fakat ancak geçmişe dönüp bakınca bunun öyle olduğu anlaşılıyor. Saraybosna’daki cinayet o gün satışa sunulan binlerce haberden yalnızca biriydi. Hiçbir gazete bu suikastın bir dünya savaşını tetikleyebileceğini hayal dahi edemedi.

“Önemli olan güncel olana karşı – günümüz insanının esas kavgası budur” iddiası: Kulağa çok dramatik geliyor ama ben bunu günümüz dünyasının en temel ayrımı olarak görüyorum. Benim hayatımdaki en önemli ayrım olduğu kesin. Haber kuruluşları bilimi ve bilgiyi satmayı vad ediyorlar ama çok daha yüzeysel şeyleri satıyorlar. Bunu idrak etmenin zamanı geldi. Haberleri önem kisvesinden sıyrmanın zamanı geldi. Haberler başka bir şeydir, önemlilik başka bir şey. Bazen ikisinin az da olsa kesiştiği olur ama bu da çok üstünkörü bir kesişmedir. Elbette medya önem kisvesini elinde tutmak için her yönteme başvurur. Ben de size gece gündüz önemli şeylerle ilgilenmenizi tavsiye etmiyorum. Böyle yaşamak korkunç olurdu. Bir tür Calvinist ve ruhsal bir hapishaneye benzerdi. Biraz kayıtsız olun, hayatın tadını çıkarın, kutlamalar yapın, uçarı olun; çılgınca, hatta faydasız işlere kalkışın. Ama bütün bunları hiçbir önemi olmayan şeyler üzerinde uygulayın. Hayatın önemli alan-

larında –sağlık, kariyer, ilişkiler, emekliliğiniz– önemsiz şeyler için ne enerjinizi ne de zamanınızı harcayın.

Bir şeye önem verip vermemek kişisel bir karardır. Birçok insan bunu unuttur. Ben bu hakkın düşünce özgürlüğü kadar temel bir hak olduğunu düşünüyorum. Haber girdabının ortasında, uzak bir ülkenin zenginliğinin benim için önemli olmadığına karar verebilmek özgürlüktür. Kabul ediyorum, “dünya haberlerini” böyle kasıtlı olarak yok saymak birazcık küstahlık gerektiriyor. Bir şeyi insanların yüzde doksan dokuzu önemli görürken siz görmüyorsunuz diye kendinizi kötü hissetmeyin. Bir şeye önem verip vermemek kişisel bir karardır.

Aslında haberleri filtreleyip yalnızca kişisel olarak önemli bulduğumuz haberleri okumak bir çözüm olabilir. Sizin için bu işe bakacak kişisel bir asistan tutabiliyorsanız harika. Ama birçoğumuzun kişisel asistanı yok. Haber girdabının ortasında bir başımıza duruyoruz. Haberleri filtrelemeye kalkıştığımız anda haber tüketmeye başlıyoruz. Düpedüz haber diyetinden başka bir yol yok.

Bu noktada haber tüketiminin sizin için sadece bir eğlence olduğunu öne sürebilirsiniz. Eğer gerçekten öyleyse o zaman tüketin. Aynı şekilde akşam haberlerini de. Mevzunun sadece eğlence olduğunu bildiğiniz sürece sıkıntı yoktur. Örneğin, bir Hollywood filmi izlemek için sinemaya gittiğinizde eğlenceli iki saat geçireceğinizi bilirsiniz. Bir roman okuduğunuzda öncelikle iyi vakit geçireceğinizi bilirsiniz. Ama dünyanın bir ucunda iki devlet adamının tokalaştığı bir videoyu izlerken bu ayrımı yapabileceğinizi hiç sanmıyorum. Haberlere karşı bilinçsizce verdiğimiz bir tepki var, bu tepki size mevzunun önemli olmadığına bile önemli olduğunu söylüyor. İnsanların bu tepkiye karşı koyabileceklerinden ciddi anlamda şüpheliyim. İnsanı eğlendiren ve haber sitelerinde gezinmekten daha az tehlikeli olan bir milyon şey var.

1993 yılının en çok ses getiren yeniliği ilk grafik internet tarayıcısı olan “Mosaic”ti. Microsoft Windows için geliştirilen versiyon 1.0, 11 Kasım’da çıktı ([https://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_\(web_browser\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mosaic_(web_browser))). Peki 11 Kasım 1993’te Almanya’daki akşam haberlerinde ne vardı? Volkswagen’in iş gününü haftada dört güne düşürmesiyle ilgili görüşler. Madencilerin protestosu. Eğitim sisteminin iyileştirilmesiyle ilgili şansöyelyekte bir konferans. Viyana-Dortmund gece treninde vurulan iki Alman sınır polisi. Papa II. Ioannes Paulus’un zedelenen omuz eklemi

(<https://www.tagesschau.de/multimedia/video/video1349618.html>). Tamam, belki de bunun sebebi Kaliforniya'yla arasındaki zaman farkıydı. Peki ertesi gün, yani Mosaic piyasaya sürüldükten bir gün sonra ne vardı? Demiryolu reformu (Doğu Almanya demiryolu Batı Almanya demiryoluna bağlandı). Almanya'da siyasi partilerin finansmanı ile ilgili reform. İsrail Başbakanı Rabin'in ABD Başkanı Clinton'la buluşması. Mafya avcısı Falcone'nin katilinin kimliğinin belirlenmesi. Özetle: Haberlerde "internet tarayıcısı" falan yoktu (<https://www.tagesschau.de/multimedia/video/video1350580.html>). İsviçre, Amerika ve İngiltere basınında da tablo aynıydı.

Önemsizlik argümanı yeni değildir. Tolstoy'un 1877'de yayımlanan başyapıtı *Anna Karenina*'da karakterlerden biri, bir yazar olan Sergey Ivanoviç şöyle der: "... gazeteler bir sürü yararsız ve abartılı şeyi basıyorlar, tek amaçları da dikkati kendilerine çekip diğer sesleri bastırmak."

Haberler kimin için doğrudan önemlidir? Gazeteciler için. Onların farklı yerlerde yayımlanan haberleri ve bu haberlerden bazılarını kendi medyalarında da yayımlamaları gerekip gerekmediğini bilmeleri gerekir. Diğer gazetecilerin ve kanalların olaylar hakkında neler yazdıklarını bilmeleri gerekir. Hangi manşetlerin (rakip kuruluşlarındaki de dâhil) dikkat çektiğini bilmeleri gerekir. Haberler bütünüyle gazetecilerin yeterlilik çemberindedir. Bu yüzden habercilik kısmen özgönderimsel bir sistemdir. Gazeteciler dışında haber tüketmesi gereken çok az meslek vardır. Olsa olsa politikacılar ve diplomatlar (onların da yalnızca kendi ülkeleriyle ve konuk oldukları ülkelerle ilgili haberleri okuması gerekir). Diğer herkes gönül rahatlığıyla haber diyeti yapabilir.

İnsan, hayatını dünyadaki olaylardan öylece koparabilir mi? Her şey her şeyle bağlantılıdır. Her şey bireyin hayatına etki edebilir. Bu açıdan önemsiz görünen olaylar dahi önemlidir. Örnek: Tahrân'daki politik bir yürüyüş büyük huzursuzluklara sebep olabilir. Komşu ülkelerin istikrarını bozabilir. Belki İran sonrasında petrol üretimini artırır ya da azaltır, bu da bir birey olarak almanız gereken mazotun fiyatlarını etkileyebilir; bu zararsız bir sonuçtur. Başka bir kıtada gerçekleşen bir yürüyüş sahiden de hayatınızı etkileyebilir. Fakat bu bütün yönleriyle düşünilemeyecek bir argümandır. Aslında buna kelebek etkisi denir: Bir kelebeğin Amazon'da bir yerde kanat çırpışı Kansas'ta bir kasırgaya neden olur. Elbette kelebeğin kanat çırpışından Kansas'taki

hava durumuna kadar uzanan bir sebep sonuç zinciri hayal edilebilir. Basit bir şeydir. Gerçekten de bu kelebeğin Kansas'taki hava durumu üzerindeki etkisi sıfırdan büyüktür. Ama maalesef dünyada milyarlarca kelebek var ve hepsinin Kansas'taki hava durumuna etkisi sıfırdan büyük olacaktır. Aynı şekilde mazot fiyatları üzerindeki etkisi sıfırdan büyük olan milyarlarca başka şey mevcuttur – Avustralya'da kesilen bir ağaç ya da Afganistan'da bir yol kenarına işeyen bir köpek. Kelebek etkisi hipotezi –her şey her şeyle bağlantılıdır– sıfır hipotezdir. Ara sıra insanın haber tüketerek zengin bile olabileceğine dair spekülasyon bir iddia duyuyorum. Bu iddiaya göre şöyle oluyor: Mesela Tahrân'daki yürüyüşten petrol fiyatlarının yükselişine kadar uzanan bir sebep-sonuç zincirini akıl eden ilk insan siz olursanız bundan çok para kazanabilirsiniz – vadeli işlem denen şey sayesinde. Ama gerçekte bunu akıl eden ilk insan olmanız hiç olası değil. Makro yatırımcılar denen on binlerce insan zamanlarını bu tür olası nedenselliklere para yatırarak geçiriyorlar. Siz bankanızı arayıp petrol için bir alım opsiyonu isteyene kadar çoktan gecikmiş olursunuz. Ayrıca her hisse senedi alımında tam tersini yapan başka biri vardır. Yani siz petrol fiyatının yükseleceğini düşünerek bir senet aldığınızda bu senedi size biri satıyordu – mantiken petrol fiyatının düşeceğini düşünen biri. Üstelik bu kişi de bu kararı alırken düşünüp taşınmıştır. Borsada jeopolitik değişimlere göre oynamak inanılmaz zordur. Bir kez şansınız yaver gidebilir. Fakat ben uzun vadede, mesela on yıldan uzun bir sürede, bu şekilde para kazanan birini tanımıyorum. Charlie Munger ve Warren Buffett gibi yıldız yatırımcılar bile bu yöntemi tavsiye etmezler. Buffett, “Belirtmem gerekir ki kâhinler mezarlığının büyük kısmı makro tahmincilerle ayrılmıştır,” demiştir. Gördüğünüz gibi: Para kazandıran ucuz eğlence bile haber tüketmek için bir gerekçe değil. Haber diyetine karşı daha güçlü bir itiraz “zamanın işaretleri” tezidir. Yani: Diyelim ki yıl 1938, siz Yahudisiniz ve Berlin'de yaşıyorsunuz. Haberlerden kaçınan Yahudiler yaklaşan nasyonal sosyalizm tehlikesini tahmin edemezlerdi, dolayısıyla kendi hayatları ve ailelerinin hayatları tehlikeye girerdi. Öte yandan her gün haber tüketen Yahudiler tehlikeyi önceden sezebilir, henüz zaman varken harekete geçebilirlerdi. Olmayacağını umuyoruz ama ya böyle zamanlar yeniden yaşanır mı? O zaman en güncel haberleri takip etmek hayati önem taşır. Diğer bir deyişle haber diyeti sizi ve ailenizi

mahva sürükleyebilir. “Zamanın işaretleri” tezi böyledir. Tek sıkıntısı şu: Bilimsel olarak ispatlanmış bir şey değil. Hayatta kalma olasılığıyla haber tüketimi arasındaki bağlantıya dair bir değerlendirme mevcut değildir. Bugün olduğu gibi o zaman da neredeyse Almanya’daki bütün insanların (Yahudi vatandaşlar dâhil) haber tükettiğini ve buna rağmen altı milyon Yahudinin öldürüldüğünü düşünürsek haber tüketiminin aydınlatıcı ve koruyucu bir gücü yok. Öte yandan 1930’lu yıllarda birileri haber okumaktan tümüyle kaçınsa bile olanlar fark edilmeyecek gibi değildi. Kanunlar çıkarılmıştı, Yahudi dükkânlarına saldırılıyor, yüksek pozisyonlarda olan Yahudiler işten çıkarılıyordu. Her yerde antisemitist propaganda yapılıyordu. İşaretler ortadaydı ama eksik olan –bireysel, bazen de oldukça anlaşılır onlarca sebep yüzünden– karar verme gücüydü. “Zamanın işaretleri” argümanı, bir argüman değildir. Gönül rahatlığıyla varsayabilirsiniz, şayet toplum yeniden karanlığa yönelirse zamanın işaretlerini göreceksiniz. Hatta zamanın işaretlerini haberlerin beyaz gürültüsü olmadan daha iyi göreceksiniz çünkü nasılsa böyle bir çağ propaganda dolu bir çağ olacak. Son olarak “kişisel ekonomi” tezini duyuyorum: Belki varlığınızın bir kısmını değerli kâğıtlara –mesela hisse senetlerine– yatırmışsınızdır. Haberleri tüketmeden mantıklı yatırım kararlarını nasıl alacaksınız? Cevap basit. Dünyanın haber hattına bir şirketle ilgili bir haber düştüğü anda o şirketin hisse senedinde anında hissedilir. Profesyonel yatırımcılar sizden hep burun farkıyla öndedir. Eğer *NZZ* ya da *Süddeutschen Zeitung*’un yurt dışı haberlerini baştan sona okuyarak dünyayı profesyonel yatırımcılardan daha iyi çözümleyebileceğinize inanıyorsanız yanılıyorsunuz. Yatırım bankalarının, ticari firmaların ve fon yöneticilerinin onlarca, bazen yüzlerce ekonomistten oluşan ekipleri var ve hepsi en az sizin kadar zeki ama sizden farklı olarak tek yaptıkları, makro tahminlerde bulunmak. Çünkü bu onların yeterlilik çemberi. Üstelik oldukça pahalı, uzman haber tedarikçilerine ve kendi araştırmalarına başvuruyorlar. Siz istediğiniz kadar gazete okuyun onlara yetişemezsiniz. En iyi ihtimalle ancak haber tüketmeyerek ve bağımsız düşünerek onlara yetişebilirsiniz. Kısacası haberler yatırım kararları almak için berbat bir temel. Daha 1976’da uyarısını yapan büyük bir finans yazarından –Joe Granville– alıntı yapmak gerekirse: “Borsacıların ve yatırımcıların sıkıntıya düşüp yanlış kararlar almalarının birinci nedeni haber tüketimidir. Çünkü

haberlerden o kadar etkilenirler ki bilgi labirentinde kendilerini kaybedip en zeki yatırımcıların ne yaptıklarını görmezler. (...) Haberler, kaybedenler içindir.” (Granville, Joe, *Granville’s New Strategy of Daily Stock Market Timing for Maximum Profit*, 1976.)

“Akıllı telefonlarımızı nereye gitsek götürüyor, sürekli olarak haberlere bakıyoruz – sanki sürekli bağlantıda olmasak gerçekten önemli olan bir şeyi kaçıracağımız gibi.” (Christensen, Clayton M., *How Will You Measure Your Life?*, HarperBusiness, 2012/Christensen, Clayton M., *Olmak İstedüğüm İnsan*, çev. Günseli Aksoy, Optimist, 2013.)

Haberler Sizin Yeterlilik Çemberinizde Değildir

Ben kendimi şımartıyor, astrofizik, hücre biyolojisi, matematik, tarih ve diğer konularda kitaplar da okuyorum. Hayatım ya da mesleğimle ilgili daha iyi kararlar almamı sağlayan konular değil. Haber tüketimini reddettiğim kriterlerle kitap okumak da reddedilebilir. Özellikle de bu kitaplar. Bu boş bir itiraz değil. Gerçekten de kitapların çoğu “dar anlamıyla” önemsizdir. “Dar anlamıyla” derken kriterim, okuduktan sonra daha iyi kararlar alıp almamanız. Fakat önemin bir de “geniş anlamı” var. Şu anlama geliyor: Okuduktan sonra dünyayı daha derinden kavrayabiliyor musunuz? Haberlerde durum kesinlikle böyle değil. Haberler size en iyi ihtimalle dünyayı anladığınız *yanılgısı* verir. Öte yandan iyi kitaplar bunu gerçekten başarırlar. Ayrıca kitaplar için olan bu kriteri her türlü içeriğe uygulayabilirsiniz – tiyatro, müzik, güzel sanatlar. Ne Beethoven ne van Gogh ne de Shakespeare sizin hayatınız ya da kariyeriniz için daha iyi kararlar almanızı sağlar. Fakat onlar sayesinde dünyaya ya da kendinize dair daha derin bir idrake varabilirsiniz – bazen sözlerle ifade edilemeyen bir idrake (yoksa zaten müzik ya da resim gibi sanatlar olmazdı). Bunu şöyle de ifade edebiliriz: Hakiki olan ile olmayan, değerli olan ile olmayan arasında bir fark vardır.

Elena Holodny: “Isaac Newton bir dâhiydi ama o bile borsada milyonlar kaybetti.” *Business Insider*, 10 Kasım 2017. (<https://www.businessinsider.com/isaac-newton-lost-a-fortune-on-englandshottest-stock-2016-1>)

Kazanan hepsini alır için bkz. Dobelli, Rolf, *Die Kunst des guten Lebens*, Piper, 2017/Dobelli, Rolf, *İyi Yaşama Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu Pegasus Yayınları.

Eğer müdürseniz şirketiniz hakkında yazılanları bilmek isteyebilirsiniz. Bunun için uzman ajanslar var. Eğer ücretsiz ulaşmak istiyorsanız Google Alerts kullanabilirsiniz. Açık büfe haberlerin içinde çırpınmanıza kesinlikle gerek yok.

Haberler Tehlikeleri Yanlış Değerlendirir

Köprü örneğinin kaynağı Nassim Taleb'dir (kişisel yazışma).

Sürükleyici hikâyeler, dikkat çeken görüntüler, şok edici olaylar, absürt figürler – yayıncılar (o zamanlar hepsi matbaacıydı) okuyucuyu sansasyonlarla bağlayabileceklerini ve bundan iyi para kazanabileceklerini daha on yedinci yüzyılda keşfetti. Bugüne kadar da hiçbir şey değişmedi: “Gazeteler en dikkat çekici olaylara odaklanırlar, mesela şeytan kılığına girerek suç işleyen bir adama. Bunun gibi olaylar kolayca, sansasyonel ve doğaüstü olaylardan oluşan geniş bir literatüre dönüşür, bunlar gazetelerin sermayesidir. Yayıncılar ve özgün baskı sanatçıları, anormal doğumlardan, tuhaf hayvanlardan, garip doğa olaylarından ve doğal felaketlerden beslendi. Depremler ve seller aynı itinayla kayıtlara geçirildi. Şu ana dek tüketicilerin gözünde en popüler olanı, gökte beliren cisimlere dair hikâyelerdi. Bunların arasında göktaşları, kuyruklu yıldızlar, zırhlı bir adamın görüntüsü, yanan bir haç ya da gökyüzünde gezinen bir atlı sayılabilir... Kuyruklu yıldızlar ve heyecan yaratan diğer göksel şeyler çoğunlukla gelecekteki felaketlerin habercisi olarak yorumlandı.” (Pettgree, Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press, s. 91.)

Yanlış risk haritasına güzel bir örnek, Jolie Jackson'ın *You are What You Read* kitabından: “Suç ve şiddet haberlerini suç ve şiddet istatistikleriyle kıyaslayacak olursak bu hikâyelerin haber yapılma sıklığının suç ve şiddet vakalarının gerçekteki sıklığını temsil etmediğini görürüz. Birleşik Krallık'taki ulusal istatistik ofisi 2016 yılında, haberi yapılan suç vakalarına karşı suç algısını ölçmek için bir anket gerçekleştirdi. Suç oranı 1995'ten beri düşüş göstermesine rağmen İngiltere ve Galler'deki insanların %60'ı suç oranının son birkaç yılda arttığına inandıklarını söyledi.” (Jackson, Jodie, *You Are What You Read, Why Changing Your Media Diet Can Change The World*, Unbound Publishing, 2019.)

Kaynak alınan çalışma: <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationand>

community/crimeandjustice/articles/publicperceptionsofcrimeinenglandandwales/yearendingmarch2016.

Haberler Zaman Kaybıdır

Pew Research Center, 2010 yılında ortalama bir Amerikalının günde yetmiş dakika haber tükettiğini tespit etti (<http://www.people-press.org/2010/09/12/americans-spending-more-time-following-the-news/>). Üstelik bu, her yıl artmakta. Bu yetmiş dakikanın otuz ikisi televizyon izleyerek, on beşi radyo haberlerini dinleyerek; onu gazete haberlerini, on üçü de çevrimiçi haberleri okuyarak geçiriliyor. Eğitim seviyesi arttıkça haber tüketimi de artıyor. Bir okuldan mezun olanların haber tüketimi günde doksan altı dakikayı buluyor. Ortalama yetmiş dakika sadece haberlerle harcanan zaman. Buna yeniden odaklanma süresi ve haber parçalarının beyne dadanıp hayatı zorlaştırdığı süre de dâhil edilmeli. Senaca, *De Brevitate Vitae* kitabında şöyle der: “Mevzu para olduğunda hepimiz cimriyiz. Ama mevzu zamanımız olduğunda son derece müsrifiz, oysa gerçekten cimri olmamızı gerektiren tek varlığımız zaman.”

Haberler Anlayışı Kısıtlar

Haber kuruluşları daha çok bilginin (“gerçekler, gerçekler ve daha çok gerçek”) daha iyi kararlar almayı sağladığı inancını destekler çünkü böylesi işlerine gelir. Diyelim ki bir şirkette müdürsünüz. Çalışanlarınızın özel hayatıyla ilgili her şeyi öğrenmek için ne kadar verirdiniz? Gerçekten her şeyi? Birçok insan sıfırdan büyük bir meblağ teklif eder. Bense sıfırdan küçük bir tutar öneriyorum. Çalışanlarımın politik görüşlerini, çocuklarını nasıl yetiştirdiklerini, nevroitik semptomlarını, deneyimlerini, cinsel yaşamlarını, hayallerini bilmek onlarla çalışmamı ancak zorlaştırır. Bu da nihayetinde hem şirkete hem de bana zarar verir. Daha az bilgi çoğu zaman daha çok bilgidir.

“İnsanlar çoğunlukla geleceği tahmin etmenin en iyi yolunun, bir karar vermeden önce olabildiğince çok bilgi toplamak olduğuna inanırlar. Fakat bu yalnızca dikiz aynasına bakarak araba kullanmaya benzer çünkü mevcut veriler yalnızca geçmişe dairdir.” (Christensen, Clayton M., *How Will You Measure Your Life?*, HarperBusiness./Christensen, Clayton M., *Olmak İstedüğim İnsan*, çev. Günseli Aksoy, Optimist, 2013.)

Karl Kraus'tan bir vinyet (1919), olaylarla anlayış arasındaki ters orantılı ilişkiye değiniyor: "Bir zamanlar dar ufkumla şöyle başlıklar içeren bir gazeteyi okumadım: Avusturya, Fransa ve İtalya arasında 1869'da gerçekleşen gizli görüşmeler. İran'daki reform hareketi. Hırvat bakanın atanması. Munastir başpiskoposuna kapanan kapılar... Bu gazeteyi okumadıktan sonra ufkumun biraz daha genişlediğini hissettim." (Kraus, Karl, *Ich bin der Vogel, den sein Nest beschmutzt*, Matrix-Verlag, 2013, s. 81.)

Makine dairesine göz atmak hakkında: "... bir sorunu anlamak için ihtiyaç duyduğumuz şeylerin çoğu 'güncel' değil. Yeni olayların neden ortaya çıktıklarını anlamamız için bağlam hakkında daha derin bir bilgiye ihtiyacımız var. Afganistan'daki durum, Afganistan'ın kültürünü ve tarihini takdir etmediğimiz sürece hiçbir şey ifade etmiyor. İklimin nasıl işlediğini, şimdiden ne kadar değiştiğini anlamadığımız sürece gelecekteki değişikliklere karşı yapılan en son uyarı bir şey ifade etmiyor. Arap Baharı'nı tetikleyen güçleri anlamak için Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşünün ve bunu takip eden koloni serüveninin yarattığı reaksiyonların arka planını bilmemiz gerekir. Maalesef bu bağlamın da en ufak bir haber değeri yok. Güncel olanla eski olan arasındaki boşluk gitgide büyüyor, bu da oldukça endişe verici. Bir oyunun skorunu çok iyi bilen fakat oyunun kurallarını bilmeyen bir kitleyle karşı karşıya olmaya benziyor, daha da kötüsü kimsenin, bu kuralları açıklayacak yeterli bir kaynağa ulaşmak gibi bir amacı da yok. Kamuoyu tartışmaları tam bir tarafgirliğe dönüşüyor çünkü kendi kendine bir sonuca varmaktansa başkalarının desteklediği kararlar almak çok daha kolay. O yüzden derinliğe ve bağlama ulaşmayı kolaylaştıracak her türlü çabayı takdir etmeli ve ilerletmeliyiz. Her bilgi seviyesine uygun giriş noktaları sağlayarak bilginin inşa edilmesi için yeni çevrimiçi araçlar geliştirilebilir. Çevrimiçi aramaların yanındaki bağlam butonları ilgili kişiyi arka plan bilgilerine yönlendirebilir. Fakat biz toplumsal olarak bunun için endişelenmediğimiz sürece hiçbir şey değişmeyecek, toplumumuzun karmaşık şeyleri rasyonel bir şekilde ele alma yeteneği azalmaya devam edecektir. (Schmidt, Gavin, "The Disconnect between News and Understanding", NASA Goddard Uzay Çalışmaları Enstitüsü: Brockman, John, *What Should We Be Worried About?* içinde, 2014 Kindle-Location 4443.)

Thomas Jefferson: “Hiçbir şey okumayan biri, yalnızca gazete okuyan birinden daha çok şey bilir.” (<http://www.journalism.org/2008/10/10/a-continuum-of-condemning-the-press/#fn2>)

“Çok sayıda çalışma gösterdi ki artan bilgi, doğruluğun değil aşırı özgüvenin artışına sebep olur. Örneğin, Slovic bahisçilerden bir at yarışının sonuçlarını tahmin etmeleri için bilmek istedikleri bilgileri seçmelerini istedi. Daha sonra kendilerine sürekli olarak daha fazla bilgi verildi, son olarak tahminleri ve tahminlerine duydukları güven soruldu. Tahminlerin doğruluğu bilgiye bakılmaksızın oldukça düz bir çizgide ilerlerken aşırı güven bilgiyle beraber güçlü bir artış gösterdi. Yani fazladan bilgi bahisçilerin performansını artırmadan yalnızca özgüvenlerinin artmasına sebep oldu.” (http://www.er.ethz.ch/teaching/Seven_Sins_fund_Management.pdf)

“Hiç kimse ne olduğunu bilmiyor. Gazetelerin tek yaptığı her gün ne olduğunu biliyormuş gibi davranmak.” (Frisch, Max, *Montauk*, Suhrkamp Verlag, 1975./Frisch, Max, *Montauk*, çev. İlkur Özdemir, Yapı Kredi Yayınları, 2019.)

Haberler Vücuda Zararlıdır

Stres reaksiyonu Sapolsky, Krey & McEwen’in “Glucocorticoid Excess Theory” denen teorisine dayanır. Buna göre psikolojik stres faktörleri hipotalamusta adrenalin salgılanmasına yol açar. Bu adrenalin de beyin işlevlerini (hafıza ve irade) zayıflatan kortizolün artmasına sebep olur. Bkz. Sapolsky, Robert & C. Krey, Lewis & McEwen, Bruce (1986), “The neuroendocrinology of stress and aging: the glucocorticoid cascade hypothesis” *Endocrine reviews* 7, s. 284-301. 10.1210/edrv-7-3-284.

Negativity Bias: https://en.wikipedia.org/wiki/Negativity_bias

Anketler insanların haber tüketiminden (özellikle de çevrimiçi haberler) kaynaklanan stres semptomlarından şikâyetçi olduğunu gösteriyor: “Amerikan Psikoloji Birliği’nin yakın zamanda yaptığı bir çalışmaya göre Amerikalıların birçoğu için haber tüketiminin olumsuz etkileri var. Ankete katılan Amerikalıların yarısından fazlası haberlerin strese yol açtığını, birçok haberin anksiyeteye, yorgunluğa ve uykusuzluğa sebep olduğunu söylüyor. Yine de her on Amerikalıdan biri saatte bir kez haberlere, beşte biriye ‘ikide bir’ sosyal medya hesaplarına göz

atıyor – çoğunlukla da kaçınılmaz olarak en güncel haberlerle karşılaşılıyorlar. Davey günümüz haberlerinin çok daha göz alıcı ve şok edici olduğunu söylüyor, örnek olarak da cep telefonu videolarına ve ses kayıtlarına işaret ediyor. Davey, bu tanık haberciliği videolarının uyku bozuklukları, duygudurum dalgalanmaları, saldırgan davranışlar gibi akut stres bozukluklarına, hatta TSSB'ye bile sebep olabilecek kadar yoğun olduklarını belirtiyor.” (<http://time.com/5125894/is-reading-news-bad-foryou/>) “Davey’nin bazı çalışmaları olumsuz televizyon haberlerinin duygudurumunu değiştirdiğini gösterdi, bu da genellikle üzüntü ve anksiyete oluyor. Davey şöyle diyor: ‘Çalışmalarımız gösterdi ki duygudurumdaki bir değişim kişisel kaygıları artırıyor, üstelik iki şey arasında hiçbir bağlantı yokken bile.’ (a.g.e). Bilimsel çalışma için bkz.: M. Johnston, Wendy & Davey, Graham (1997), “The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries”, *British Journal of Psychology* (London, 1953), 88 (Pt 1), s. 85–91. 10.1111/j.2044–8295. 1997.tb02622.x. Özet:

Ayr. bkz.: Unz, Dagmar & Schwab, Frank & Winterhof-Spurk, Peter (2008), “TV News – The Daily Horror? Emotional Effects of Violent Television News”, *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications* 20, s. 141–155. 10.1027/1864 1105.20.4.141.

11 Eylül 2001 terör saldırılarıyla ilgili bir çalışma, haber tüketiminin (Dünya Ticaret Merkezi saldırıları konulu televizyon programları) travma sonrası stres bozukluğuyla (TSSB) ilişkili olduğunu gösterdi: Blanchard, E. B.; Kuhn, E.; Rowell, D. L.; Hickling, E. J.; Wittrock, D.; Rogers, R. L.; Johnson, M. R.; Steckler, D. C.: “Studies of the vicarious traumatization of college students by the September 11th attacks: effects of proximity, exposure and connectedness.” (<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/14975780>) *Behaviour Research and Therapy*, Cilt 42, Sayı 2, Şubat 2004, s. 191.

Ötelemek konusu için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klugen Handelns*, Hanser, 2012./Dobelli, Rolf, *Akıllıca Davranma Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Kaygılarınıza nasıl hâkim olacağınızla ilgili olarak bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des guten Lebens*, Piper./Dobelli, Rolf, *İyi Yaşama Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Haberler Yanılgılarımızı Doğrular

Confirmation bias için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klaren Denkens*, Hanser, 2011./Dobelli, Rolf, *Doğru Düşünme Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Haberler Geri Görüş Önyargısını Güçlendirir

Hindsight bias için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klaren Denkens*, Hanser./

Dobelli, Rolf, *Doğru Düşünme Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Nassim Taleb gazetecilerin *tek bir* sebep verme zorunlulukları hakkında şöyle yazıyor: “2003’ün Aralık ayında bir gün Saddam Hüseyin yakalandığında Bloomberg saat 13.01’de şu manşeti geçti: ‘HAZİNELER YÜKSELİŞTE; HÜSEYİN’İN YAKALANMASI TERÖRÜ DURDURAMAYABİLİR.’ Ne zaman piyasada bir hareketlilik olsa medya kendisini bir ‘sebebe’ sunmak zorunda hissediyor. Yarım saat sonra yeni bir manşet atmaları gerekti. ABD hazine bonolarının fiyatı düşünce (ki gün boyunca dalgalanırlar, yani ilginç hiçbir tarafı yok), Bloomberg olayı açıklayacak yeni bir sebep buldu: Saddam’ın yakalanması (aynı Saddam). 13.31’de bir sonraki bülteni sundular: ‘ABD HAZİNELERİ DÜŞÜŞTE; HÜSEYİN’İN YAKALANMASI RİSKLİ YATIRIMLARIN CAZİBESİNİ ARTIRDI.’ Yani bu yakalanma durumu (sebebe) hem bir olayı hem de o olayın tam zıddını açıklar. Elbette böyle bir şey olamaz; bu iki gerçek birbirleriyle ilişkili değil.” (Taleb, Nassim Nicholas, *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*, Penguin Books Ltd, 2007, Kindle-Version POS 1795/Taleb, Nassim Nicholas, *Siyah Kuğu, Olasılıksız Görünenin Etkisi*, çev. O. Deniztekin, N. A. Erbil, Varlık Yayınları, 2019)

“X yüzünden” argümanı, “temel oran ihlallerinden” biridir. Diyelim ki Zürih’te yürüyorsunuz ve Tom’la karşılaştınız. Tom, Mozart dinlemekten hoşlanan, gözlüklü, zayıf bir adam. Size soru: Hangisi daha olası: a) Tom Zürih’te bir edebiyat profesörü ya da b) Tom bir kamyon şoförü. Aklınız birçok insanın gibi çalışıyorsa edebiyat profesörünü seçeceksinizdir. Fakat kamyon şoförü olma ihtimali çok daha yüksektir. Zürih’te yaklaşık olarak dört edebiyat profesörü vardır. Öte yandan Zürih ve çevresinde yaklaşık 40.000 kamyon şoförü var. Buna psikolojide *temel oran ihlali (base rate neglect)* denir. Ne oldu? Tom’a dair spesifik bir tarif bizi yönlendirdi – zayıf bir adam, gözlüklü, Mozart dinliyor. Ama

kendimize şunu sormadık: Bu tipten kaç tane var ki? Bu, beynimizin sormaktan hoşlanmayacağı bir soru. Beynimiz rakamlardan nefret eder. İstatistiklerden nefret eder. Temel oranlardan nefret eder. Ancak beynimiz hikâyeleri, anekdotları, eşsiz örnekleri, betimlemeleri ve öyküleri çok sever. Anekdotlara dayanarak kararlar alırız, istatistiklere değil. Oysa (tamamlanmış) istatistikler dünyaya dair anekdotlardan ve hikâyelerden çok daha tarafsız bir portre çizer. *Anekdotlar gerçek değildir*. Bu mantık hatası haberler yokken de var olabilir. Fakat haber tüketimi onu belirgin derecede güçlendirir. Çünkü haberler kusursuz anekdot tedarikçileridir. Bu, gazetecilerin kabahati değildir. Birer gazeteci olarak dünyaya dair objektif ve istatistiklere dayalı bir portre çizerek ne gazete, ne radyo ne de televizyonda haber programı için içerik üretebilirler. Onlar hikâyeler, eşsiz örnekler ve anekdotlar isterler. Hiçbir gazete tüketicilere hitap etmeyecek içerikler üretmeyi göze alamaz. Hiçbir gazeteci tüketicilere hitap etmeyecek içerikler yazmayı göze alamaz. Tıp eğitiminde müstakbel doktorlara zor da olsa *temel oran ihlalinin* nasıl kurtulacakları öğretilir. ABD’de her müstakbel doktora zorla öğretilen standart cümle şudur: “Wyoming’de nal sesleri duyar, siyah beyaz çizgiler gördüğünüzü sanırsanız muhtemelen bir attır.” Şu anlama gelir: Egzotik bir hastalık bulmaya kalkışmadan önce temel olasılıklara bakın. Maalesef doktorluk *temel oran* eğitimi almanın zevkine erişen tek meslek grubu. Aslında gazetecilerin, özellikle de biz medya tüketicilerinin de çok ihtiyacı var. Yatırımcı çevrelerinde şöyle bir söz vardır: “Don’t squeeze the dot.” Anlamı şu: Tek bir noktanın çok bir anlamı yoktur. Fakat birçok gazeteci ve medya tüketicisi bu noktayı olduğundan daha önemli göstermek, kısacası bir ya da birkaç noktadan bir eğilim türetmek için noktayı büyütmenin cazibesine yeniliyor. Örnek vermek gerekirse: Bir savaş çıkar, bir anda insanlık tarihi savaş tarihi olarak görülür. Oysa barış daha sık yaşanır. Ama savaşlar daha görünürdür. Ya da: Kuzey Kore’de fırlatılan kıtalar arası balistik bir füze öyle bir yorumlanır ki bunu duyanlar Kore, ABD’nin askerî seviyesine ulaştı sanır – oysa saçmalaktır. Veya: “Occupy Wall Street” gibi beklenmedik bir protesto bütün toplumun sola kayışının zirve noktası olarak görülür, oysa bir iki ay sonra protestolar sessiz sedasız kesilir. Ya da: Borsa ayı piyasası ve boğa piyasasından ibaret gibi görülür, oysa yükselişler ve çöküşler piyasanın “normal seyrin-

den” çok daha nadiren görülür. Anekdotlar gerçek değildir. Noktalar eğilimi göstermez.

Bahsi geçen Mozart hayranı örneği için bkz.: Baumeister, Roy, F., *The Cultural Animal: Human Nature, Meaning, and Social Life*, Oxford University Press, 2005.

Temel oran ihlaliyle ilgili daha fazlası için bkz.: Dobelli, Rolf: Die Kunst des klaren Denkens, Hanser./Dobelli, Rolf: *Doğru Düşünme Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Haberler Mevcut Olana Eğilimi Artırır

Availability bias için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klaren Denkens*, Hanser./Dobelli, Rolf: *Doğru Düşünme Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Mevcut olana eğilimle ilgili başka bir örnek: Almandada R’yle başlayan kelimelerin mi sayısı daha çoktur, R’yle biten kelimelerin mi? Cevap: R’yle biten kelimelerin sayısı R’yle başlayan kelimelerden çok daha fazladır. Peki neden insanların çoğu bu soruya yanlış cevap verir? Çünkü R’yle başlayan kelimeler aklımıza daha çabuk gelir. Başka bir deyişle: Mevcutturlar (daha erişilebilirlerdir).

Politika ve İsviçre hükümeti hakkında: Belli ki bu durum diğer ülkelerde de böyledir. Amerikalı Profesör Zachary Lipton, “Politikacılar bilimsel yayınları okumazlar. Tık tuzaklarını (*clickbait*) okurlar,” diye uyarır. “Lipton medyanın bunun suç ortağı olduğunu, çünkü sahadaki gerçek gelişmelerle abartılı PR’ları birbirinden ayırmakta yeterince başarılı olmadığını söylüyor.” Giles, M., “Artificial intelligence is often overhyped – and here’s why that’s dangerous.” *MIT Technology Review*, 13 Eylül 2018. (<https://www.technologyreview.com/s/612072/artificial-intelligence-is-often-overhyped-and-heres-whythats-dangerous/>)

11 Eylül saldırısının kokpit kapılarına kilit takılarak önlenmesi hakkında bkz.: Taleb, Nassim Nicholas, *The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable*, Penguin Books, Kindle-Position 1795/Taleb, Nassim Nicholas, *Siyah Kuğu, Olasılıksız Görünenin Etkisi*, çev. O. Deniztekin, N. A. Erbil Varlık Yayınları, 2019.

“Mesela uçak kullanımını düşünelim. Uçak kazaları giderek daha az yaşanıyor – 2017 yılında uçaklar dört milyar insanı taşımaya rağmen ilk

kez hiç kaza kaydedilmedi ama bu tür kazalar hakkında eskisinden daha çok haber yapılıyor. Bu yüzden birçok insan uçakla seyahat etmeyi hâlâ tehlikeli buluyor.” Ridley, Matt, “Rosa Brille war gestern. Aber warum eigentlich sehen wir die Welt so gerne schwarz?”, NZZ, 26 Şubat 2019. (<https://www.nzz.ch/feuilleton/pessimismus-es-ist-alles-viel-besser-als-wir-denken-ld.1460194>)

“Önleyici olan” ile “var olmayanın” birbirine karıştırılmasıyla ilgili bakınız yapıcı gazetecilik (*constructive journalism*), yani çözüm gazeteciliğinin (*solutions journalism*) etkileyici manifestosu: Jackson, Jodie, *You Are What You Read, Why Changing Your Media Diet Can Change The World*, Unbound Publishing, 2019.

Haberler Fikir Volkanınızı Kabartır

Fikir volkanı için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des guten Lebens*, Piper./ Dobelli, Rolf, *İyi Yaşama Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları. Marcus Aurelius, *Düşünceler*.

Amerikalı blogger Shane Parrish konunun özünden bahsediyor: “Sessizlikten korkarız. Düşüncelerimizle baş başa kalkmaktan korkarız. O yüzden kasada sıra beklerken cep telefonlarımızı çıkarırız. Bize büyük sorular sorulmasından korkarız. Can sıkıntısından korkarız. Bu korkuyla baş edebilmek için gereksiz bilgiler tüketerek kendimizi delirtiriz.” Parrish, Shane, *Most of what you’re going to read today is pointless*. (<https://medium.com/@farnamstreet/most-of-what-youre-going-to-read-to-day-ispointless-4b774acf368>)

Kesin olarak bilemeyeceğimiz şeylere tahmin ve öngörüler de dâhildir: “Önümüzdeki yirmi yılda Kuzey Kore’de yaşanacak rejim değişikliği”, “Arjantin şarabı çok yakında Fransız şarabından daha popüler olacak”, “Avro bölgesi dağılacak”, “On yıl içinde herkes uzay yolculuğuna çıkabilecek”, “On beş yıl içinde ham petrol tükenecek”, “On yıl içinde Almanya’daki arabaların %90’ı sürücüsüz olacak”, “Japonya ortalama yaşam süresi yüze ulaşan ilk ülke olacak”. Haber kuruluşları üzerimize her gün tahmin yağdırıyor. Bu noktada iki sorun ortaya çıkar. Birincisi tahminlerin çoğu onların yeterlilik çemberinin dışında kalır, bu yüzden de önemsizdirler. Arjantin şarabı çok yakında Fransız şarabından daha popüler olsa ne olur olmasa ne olur – tabii tesadüfen şarap ithalatçısı ya

da garsonu değilseniz. Ama eğer öyle iseniz, umarım bu konularla ilgili genel medyadan daha zengin içerikler üreten dergilere abonesinizdir. Tesadüfen şarap ithalatçısı ya da garsonu olsanız da ve bu tahmin tesadüfen doğru olsa da kitlelerin içecek alışkanlıklarını nasılsa değiştiremezsiniz. Ne demişler: “Yağmuru tahmin etmek önemli değildir. Gemi yapmak önemlidir.” Yine de tahminler bizi garip bir şekilde büyülüyorlar. Neden? Ben de bilmiyorum. Tahminlerin tıngırdattığı psikolojik tellere hâkim değilim. Sadece kendimde gözlemediğim kadarıyla tahminlerin önemsiz dahi olsalar dikkatimi çektiklerini biliyorum. Haber diyetiyle tam da bu tehlikeden kaçınıyorum. Tıklama peşindeki haberciler gelecekle ilgili bir iddiayı duyurunca her zaman kazançlı çıkarlar. Tahminlerle bu yüzden bu kadar sık karşılaşılır. Tahminlerle ilgili ikinci sorun güvenilirlikleridir. Gerçekten ne kadar güvenilirler? Birkaç yıl öncesine kadar hiç kimse niteliklerini ölçme zahmetine girmemişti. Sonra Philip Tetlock geldi. Berkeley profesörü on yıldan fazla bir zaman aralığında öne sürülen 28.000 tahmini değerlendirdi. Sonuç: Tahmin yürütmek yerine zar atsak da olurmuş. Buna bilimde *öngörü yanılsaması* adı verilir. En kötü tahminçiler aksi gibi medyada en çok görünürlüğü olan insanların arasından çıkar – Tetlock şöyle der: “Tanınmışlıkla tahminlerin niteliği arasında oldukça ters bir ilişki var.” Habercilerin özellikle yanlış tahminleri yayımlamaya meyilli olduğu ispatlanabilir bir şeydir. Hiç kimse de nedenini bilmiyor. Her durumda bunun haber tüketimine karşı başka bir uyarı sinyali olduğu açık.

Öngörü yanılsaması için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klaren Denkens*, Hanser./Dobelli, Rolf, *Doğru Düşünme Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Tetlock: “Çeşitli jeopolitik ve ekonomik olaylarla ilgili 28.000 tahmin yapılmış. Sonuçlar çok çarpıcı. Geniş çaplı bir araştırmanın sonucuna göre tahminçilerin öngörülleri, rastgele tahminlerden sadece birazcık daha doğru ve genellikle geçmiş yılların verilerini değerlendirerek tahmin yürüten algoritmalarından daha başarısız. Ayrıca medyada geniş yer bulan tahminçiler daha düşük kalibreli meslektaşları karşısında da kaybediyorlar, bu da ünle haklılık arasında ters orantılı bir ilişki olduğunu düşündürüyor.” Phil Tetlock’a dair bilgilerin yer aldığı üniversite internet sitesi: <https://www.sas.upenn.edu/tetlock/publications>.

Haberler Düşünmeyi Engeller

Carr, Nicholas, "The Web Shatters Focus, Rewires Brains", *Wired*, Mayıs 2010.

"Alvin Toffler ilk uyarıyı otuz yıldan daha uzun bir zaman önce yaptı. Çığır açan kitabı *Şok/Gelecek Korkusu*'nda (1971) Toffler insan beyninin bir sınırı olduğu ve ancak belirli miktarda bilgiyi alıp işleyebileceği teorisini ortaya attı. Bu limit aşıp beyne fazla yüklenildiğinde düşünme ve akıl yürütme becerileri köreliyor, kararlar almak zorlaşıyor, hatta bazı durumlarda imkânsızlaşıyor. Daha da kötüsü aşırı bilgi yükü sonunda geniş çapta fiziksel ve zihinsel rahatsızlıklara yol açıyor. Toffler bu fenomeni 'gelecek korkusu sendromu' olarak adlandırıyordu." Lynott, William J., "Could the Evening News be Bad for your Health?", *The Elks Magazine*, Nisan 2003. (http://www.blynott.com/info_overload.html)

Haberler Beynimizi Değiştirir

Londralı taksi şoförleri: Maguire, Eleanor A. & Wollet, Katherine & Spiers, Hugo J. (2006), "London Taxi Drivers and Bus Drivers: A Structural MRI and Neuropsychological Analysis." *Hippocampus*, 16, s. 1091-1101. (<https://doi.org/10.1002/hipo.20233>)

"Aralarında müzisyenlerin, jonglörlerin ve iki dillilerin de olduğu çeşitli gruplarda, çevreye bağlı gibi görünen esnekliklere dair benzer bulgulara ulaşıldı." (Munte ve ark., 2002; Gaser ve Schlaug, 2003; Draganski ve ark., 2004; Mechelli ve ark., 2004). Bu gruplarda gri maddeyle kendi alanlarında pratik yapıp yeni şeyler öğrenmek için harcadıkları zaman arasında pozitif bir korelasyon bulundu. Profesyonel müzisyenlerin motorik ve işitsel alanlarda (Gasser ve Schlaug, 2003) ve erken yaşta iki dil öğrenenlerin parietal korteksinde olduğu gibi pratik sürelerine bağlı olarak ön loblarında (Sluming ve ark., 2002) daha yüksek bir gri madde artışına sahip oldukları görülüyor (Mechelli ve ark., 2004)" (a.g.e.)

Yeni geometrik çizimler için bkz.: Rey-Osterrieth Complex Figure Test: https://de.wikipedia.org/wiki/Rey-Osterrieth_Complex_Figure_Test

Loh, Kep-Kee & Kanai, Ryota (2014), "Higher Media Multi-Tasking Activity Is Associated with Smaller Gray-Matter Density in the Anterior Cingulate Cortex", *PloS one* 9. e106698. 10.1371/journal.pone.0106698.

Anterior cingulate cortex için bkz.: https://en.wikipedia.org/wiki/Anterior_cingulate_cortex

Haberler Sahte Şöhret Yaratır

Donald Henderson hakkında bkz.: Alison F. Takemura, “Epidemiologist Who Helped Eradicate Smallpox Dies”, *The Scientist*, 22 Ağustos 2016. (<https://www.the-scientist.com/the-nutshell/epidemiologist-who-helped-eradicate-smallpox-dies-32993>)

Richard Preston *Washington Post*'ta şöyle yazmıştır: “Bence şunu söylemek oldukça adil olur, çiçek virüsünün kökünün kazınması tıp tarihinin en büyük başarısıdır.” (a.g.e.)

Haberler İtibarımızı Zedeler

Marmot, Michael, *The Social Determinants of Health*. WORLD.MINDS 2014. (<https://www.youtube.com/watch?v=h-2bf205upQ>)

İnsan varoluşundaki çan eğrisi: Bugünkü yaşamlarımız insanlık deneyiminin çan eğrisinin uç noktalarındaki enformasyonla doludur çünkü medya endüstrisinde gözleri yuvalarından uğratan ve para kazandıranlar bunlardır. Hesap budur. Ama hayatın büyük çoğunluğu yaşamın yeknesaklığı içinde geçer. Yaşamın büyük bölümü olağan, sıradan ve ortalamadır.” (Manson, Mark, *The Subtle Art of Not Giving a Fck: A Counterintuitive Approach to Living a Good Life*, HarperOne, 2016./ Manson, Mark, *Uсталık Gerektiren Kafaya Takmama Sanatı*, çev. Pınar Savaş, Butik Yayıncılık, 2017.)

Haberler Bizi Pasif Hale Getirir

Fare deneyi için bkz.: Steven Maier, *Stress, Coping, Resilience and the Prefrontal Cortex*. (<https://www.youtube.com/watch?v=0EhbTSWZ-bMg&frags=pl%2Cwn>)

Jodie Jackson: “Haberlere maruz kaldığımızda sürekli olarak çözümsüz sorunlarla karşılaşılıyor, üstelik anlatılanlar da sorunların çözüleceğine dair pek de umut vermiyor.”

Epiktetos’un cümlesi *Kılavuz Kitap*’tan (*Enkheiridion*). Epiktetos –Sokrates, Buda ve İsa gibi– hiçbir şey yayımlamamıştı. Yazılarının kaynağı öğrencilerinden biri olan Arrianus.

Haberler Gazeteciler Tarafından Yapılır

Benim tahminime göre: Haberlerin yüzde onundan daha azı yenidir. Pew Research Center daha önce bir araştırmada yüzde yirmi sonucuna varmıştı. Bugün yüzde ona tekabül ediyor olabilir çünkü bugün gazetecilerden gün başına on yıl öncekinden daha fazla haber çıkarması beklenir – bu da haberlerin kopyalanmasına neden olur: “Baltimore’daki yerel gazetelerin bir hafta boyunca incelendiği çalışmanın sonuçları değerlendirildi, sonra altı önemli haber daha yakından incelenince insanların okuduğu ‘haberlerin’ birçoğunun orijinal bir şey içermediği anlaşıldı. On haberden sekizi bir öncekinin tekrarı ya da önceden yayımlanan bilgilerin yeniden paketlenmiş haliydi.” *How News Happens: A Study of the News Ecosystem of One American City*, 11 Ocak 2010. (<http://www.journalism.org/2010/01/11/hownews-happens>)

CareerCast 2015 meslek değerlendirmesi: <https://www.careercast.com/jobs-rated/jobs-rated-report-2015-ranking-top-200-jobs?page=9>

CareerCast 2018 meslek değerlendirmesi: <https://www.careercast.com/jobs-rated/2018-jobs-rated-report?page=10>

CareerCast kriterleri: <https://www.careercast.com/jobs-rated/2018-methodology>

Bazı yazarlar başka yazarları etkilemek için yazarlar. Dilleri son derece edebîdir, konuları kısıtlıdır, kitap satışlarıysa sıfıra yakındır. Bu fenomen bazı gazetecilerde de gözlemlenir. Bu gazeteciler başka gazeteciler için yazarlar. Stil içerikten daha önemlidir. Metaforlar onlar için gerçeklerden daha mühimdir. Bu gazetecilerin büyük bir kısmı özgönderimsel çalışırlar. “Sadece gazetecilerin birbirlerinin harika yazılmış metinlerini ödüllendirmeleri için koskoca bir ödül camiası (Almanya’da 250 ile 500 arası) vardır. İnsanlar bu ödüllere kendileri başvurur, çoğunlukla da editörler tarafından desteklenirler. Halk bu gazetecileri çok az tanır. Belki de birçok makalenin aslında jürideki meslektaşları için yazıldığını sezerler. 2018 Alman Gazetecilik Ödülü’nün kime verildiğine bakarsak (en iyi röportaj: Claas Relotius) sektörün kendi kendini pohpohlayışına tahammül etmek epey zor.” Gaschke, Susanne, “Wir schreiben einfach wundervoll: Der Fall Relotius und die Medien”, *NZZ*, 23 Ocak 2019. (<https://www.nzz.ch/feuilleton/der-fall-relotius-und-die-medien-wir-schreiben-einfach-wundervoll-ld.1453300>)

Race to the bottom: “Facebook ana sayfasını ‘news’ olarak adlandırdığında bütün gazetecilik dünyası kendini yeniden tanımlamak zorunda kaldı. (...) Sistemin dışında kalmamak için gazetecilerin tık tuzaklarıyla dolu ve bağlamdan koparılabılır hikâyeler yaratması gerekti.” (Lanier, Jason, *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now*, Henry Holt, 2018, s. 33.)

Medya kuruluşlarının bakış açılarını değiştirmesi gerekiyor. Gazetecilerin yazdıkları için değil, araştırma yaptıkları için ödeme alması gerekir – bu, araştırmacı gazeteciliğin parolasıdır. Düşündükleri, yani olayların arkasında yatan karmaşık jeneratörleri tespit edip açıklayabildikleri için. Medya kuruluşlarının reklamlarla ciro elde etme fikrinden vazgeçmeleri lazım. Medya reklamlara dayalı olduğu sürece gazeteciler her zaman, bilinçli ya da bilinçsizce, popülerliği niteliğin önüne koyacaklardır. Listelerin, görüntülenme ve tıklanma sayılarının, beğenilerin, yorumların ve bu tür şeylerin zincirine bağlı kalacaklardır. Kısacası: Reklamlar içerikleri finanse ettiği sürece üreticilerin ve tüketicilerin çıkarları birbirine zıt yönlerde seyredecektir. Nitelik ancak abonelik sistemiyle garantiye alınabilir. Sonuç olarak olabildiğince çok insanın haber diyetine başlaması gerekir. Sonra medya kendiliğinden daha makul bir hal alacaktır. Uzun yazılar yayımlanacaktır. Böylesi herkesin lehine olur – gazetecilerin, tüketicilerin ve demokrasinin lehine.

Bazı ülkelerde tam olarak bunu, yani uzun ve içeriği zengin haberleri hedefleyen farklı hareketler vardır. “Yavaş gazetecilik” ve “yapıcı gazetecilik” ya da “çözüm gazeteciliği” isimleriyle anılırlar. “Yavaş gazetecilikle” ilgili daha fazlası için: Jennifer Rauch, *Slow Media, Why Slow is Satisfying, Sustainable and Smart*, Oxford University Press, 2018 ve Peter Laufer, *Slow News, A Manifesto for the Critical News Consumer*, Oregon State University Press, 2014. Jodie Jackson “yapıcı gazetecilik” için ikna edici bir manifesto yazmıştır (*You Are What You Read, Why Changing Your Media Diet Can Change The World*, Unbound Publishing, 2019). Haberciğe benzer eleştiriler getiren ama yukarıdaki kavramlardan birini kullanmayan bir kitabı da Alan Rusbridger yayımladı: *Breaking News: The Remaking of Journalism and Why it Matters Now*, Canongate Books, 2018.

Haber dünyasında yer alan ilk ölüm bir elçinin ölümüdür: MÖ 490 yılında Atinalılar, Pers istilasını geri püskürttüler. Efsaneye göre Atinalı elçi

Pheidippides, bu sevinçli haberi getirmek için Maraton'dan Atina'ya koşar – kırk iki kilometre koştuktan sonra yorgunluktan yere yığılır. İlk gereksiz ölüm. Kırk iki kilometrelik koşunun maraton olarak anılması bu olaydan kaynaklanır.

Haberler Manipüle Eder

“Orta Çağ'daki atalarımızın kendilerine yazılı halde ulaşan bilgilere karşı büyük bir şüphesi vardı. Bir şeyin yazılı olması onu sözel olandan daha güvenilir kılmıyordu. Tam tersine: Bir haberin güvenilirliği onu ileten kişinin itibarıyla doğru orantılıydı. Yani güvenilir bir arkadaş ya da elçi tarafından iletilen habere yazılı, anonim bir haberden daha çok inanılırdı.” (Pettegree, Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press.)

“ABD'de her bir muhabire karşılık dörtten fazla halkla ilişkiler uzmanı var, hepsi de patronlarının duymak istediklerini yazdırmak için çok sıkı çalışıyor.” (Johnson, Clay A., *The Information Diet, A Case for Conscious Consumption*, O'Reilly Media, 2015.)

Holmes Report'un tahminine göre dünya çapındaki PR, yani halkla ilişkiler endüstrisinin büyüklüğü on beş milyar dolar ([https://www.holmes-report.com/long-reads/article/global-pr-industry-now-worth-\\$15bn-as-growth-rebounds-to-7-in2016](https://www.holmes-report.com/long-reads/article/global-pr-industry-now-worth-$15bn-as-growth-rebounds-to-7-in2016)). Sadece Büyük Britanya'daki halkla ilişkiler endüstrisi yaklaşık olarak bu büyüklüktedir (<https://www.prca.org.uk/insights/aboutprindustry/value-and-size-pr-industry>). Bu da küresel halkla ilişkiler endüstrisinin çok daha büyük olabileceği anlamına geliyor. Bu istatistike göre yirmi milyar dolarlık küresel bir ciro söz konusu (<https://www.statista.com/topics/3521/public-relations/>).

“Tersine dönüş” noktasına ulaştık: İçeriklerin, kullanıcıların, tıklanma ve görüntülenme sayılarının, beğenilerin, yorumların ve bunlar gibi diğer şeylerin yarısından fazlası sahte. Bkz.: Max Read, “How Much of the Internet Is Fake? Turns Out, a Lot of It, Actually”, *New York Magazine*, 26 Aralık 2018. (http://nymag.com/intelligencer/2018/12/how-much-of-the-internet-is-fake.html?utm_campaign=the_download.unpaid_engagement&utm_source=hs_email&utm_medium=email&utm_content=68743473&_hsenc=p2ANqtz-9m9e-hyCK70BQabYaze09mbT8_LWL-

yzTw4Db6tQnoMC18t4KzmxGAa2R-qSYqdyXWITbUo MopW7N61Ppu-ekgR-3ZFX64e_V1jhXQK1K-hhm5tnBiY&_hsmi=68743473)

Claas Relotius davası nitelikli yayınların bile *sahte haberlere* karşı güvende olmadığını gösterdi. Ödüllere boğulan gazeteci birçok hikâyeyi kendisi uydurmuştu.

Upton Sinclair 1919'da, "Günlük gazete okuduğunuzda okuduğunuz şey gerçek midir, yoksa propaganda mı?" diye yazmıştı. Şuradan alıntılanmıştır: Leporte, Jill, "Does Journalism have a Future?", *The New Yorker*, 28 Ocak 2019. (<https://www.newyorker.com/magazine/2019/01/28/does-journalism-have-a-future>)

"Native advertising", yani doğal reklam için bkz. a.g.e.

Bilgileri teyit etmek: *The New Yorker* bilgileri özenle kontrol etmesiyle ünlü bir dergidir. Bir makalede Empire State binasından bahsedildiğinde teyit bölümünden biri ("Fact Checking Department") binanın hâlâ orada durduğunu kendi gözleriyle teyit etmek için dışarıya çıkar. Bu hikâye bir söylentidir ama önemli bir şeye işaret eder: En iyi gazeteciler bile hata yapabilir. Bugünlerde teyit ekibi birçok medya kuruluşunda mevcut değildir.

Bedava haberler üzerinden yapılan manipülasyonu Yuval Harari şu düşünce deneyiyle açıklar: "Habere bedava erişiyorsanız, elde edilen ürün siz olabilirsiniz. Düşünün ki meçhul bir milyarder size şöyle bir teklifle geldi: 'Sana ayda otuz dolar vereceğim ve karşılığında günde bir saat beynini yıkamama, kafana istediğim siyasi ve ticari önyargıyı yerleştirmeme izin vereceksin.' Böyle bir teklifi kabul eder miydiniz? Akli başında olup da böyle bir şeyi kabul eden pek çıkmaz. O vakit, meçhul milyarder azıcık farklı bir teklifle gelir: 'Her gün bir saat boyunca beynini yıkamama izin verirsen, senden bu hizmet karşılığında hiçbir şey talep etmeyeceğim.' Ve teklif birden milyonlarca insana cazip gelir. Siz de onlardan olmayın." Yuval Noah Harari, "Humans are a post-truth species", *The Guardian*, 5 Ağustos 2018. (<https://www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus>)

Manipülasyon ve propaganda bugünkü haber selinden çok daha eski bir konudur: "... ilk basılı kitapların daha ilk zamanlarında Avrupalı yöneticiler vatandaşlarına kendi bakış açılarını anlatmak ve politikalarını açıklamak için mühim miktarda çaba gösterdiler." (Pettegree, Andrew,

The Invention of News: How the World Came to Know About Itself, Yale University Press, Kindle-Version.)

Bugün Rusya'nın medya üzerindeki nüfuzundan şikâyet ediyor oluşumuz yeni bir şey değildir. Daha on beşinci yüzyılda bile bu tür propagandalar ve nüfuz kullanımı normaldi: "Fransız kraliyet ailesi de fikir manipülasyonuna önem verirdi. Erken örneklerinden biri 1419'da Burgonya Dükü John'a yapılan suikastın ardından başlayan yazı yağmuruydu. Bu yazılanların amacı veliaht Charles'a sadakati sallantıda olanları geri kazanmaktı, çünkü Charles dükün öldürülmesinde kesinlikle payı olan Anglo-Burgonya ittifakına karşı Fransız direnişinin lideriydi." (Pettegree, Andrew, *The Invention of News: How the World Came to Know About Itself*, Yale University Press, Kindle-Version.)

Haberler Yaratıcılığı Öldürür

Kendi fikrini geliştirmenin zorluğu üzerine: "Aklıma gelen ilk düşüncenin en iyi düşünce olmadığını fark ettim; ilk düşüncem her zaman bir başkasının düşüncesi oluyor; her zaman daha önce duyduğum bir şey, her zaman basmakalıp bilgelik oluyor. Orijinal bir fikre yalnızca odaklanarak, sorgulayarak, sabırlı olup zihnimin bütün parçalarının olaya dâhil olmasını sağlayarak ulaşabilirim. Beynime çağrışımlar yapması, bağlantılar kurması, beni şaşırtması için şans vererek. Bu durumda bile ulaştığım fikir çoğunlukla çok da iyi çıkmaz. Düşünmek için zamana da ihtiyacım vardır, hatalar yapmaya, onları fark etmeye, yanlış başlangıçlar yapıp sonradan düzeltmeye, dürtülerimin peşinden gitmeye, bir işin bittiğini, diğerine geçilmesi gerektiğini söyleme isteğime karşı koymaya ihtiyacım var... Bu da Facebook, Twitter, hatta *The New York Times*'la ilgili başka bir problem. Kendinizi böyle şeylere maruz bıraktığınızda, özellikle de insanların -yaşlısı genci- şu aralar yaptığı gibi, sürekli olarak başka insanların düşüncelerinin bombardımanına tutulursunuz. Kendinizi basmakalıp bilgelikle terbiye edersiniz. Başkalarının gerçekliğiyle; üstelik kendiniz için değil başkaları için. Öyle bir kakofoni yaratırsınız ki kendi sesinizi duymanız imkânsız olur, ister kendiniz hakkında isterseniz başka bir şey hakkında düşünüyor olun." Deresiewicz, William, "Solitude and Leadership. If you want others to follow, learn to be alone with your thoughts", *The American Scholar*,

1 Mart 2010. (<https://theamericanscholar.org/solidarity-and-leadership/#.XDcLLC1oTOQ>)

“İkide bir şaşırtmayan, yalnızca onaylayan haberler çıkar: komünizm ve terör yüzünden felakete sürüklenen ekonomi. İnsan zamanla anlıyor, hiçbir şey yeni değil.” (Frisch, Max, *Tagebuch 1966-1971*, Suhrkamp Verlag, 1972, Kindle-Version./Frisch, Max, *Günlükler 1966-1971*, çev. Ogün Duman, Yapı Kredi Yayınları, 2018)

Haberler Saçmalıkları Destekler – Sturgeon Yasası

Amerikalı düşünür Daniel Dennet, Sturgeon yasasını daha sonra her şeye uyarlamıştır. Yüzde doksanı saçmalık olan yalnızca edebiyat değil, her şeyin yüzde doksanı öyledir – bilimsel çalışmaların, operaların, yeni işletmelerin, gömlek düğmelerinin, mikrodalga fırın tasarımlarının, PowerPoint sunumlarının, köpek maması markalarının. Daniel Dennet alıntısı: “Her şeyin %90’ı saçmalaktır. Konu ister fizik, ister kimya, evrimsel psikoloji, sosyoloji, tıp, rock müzik vs. olsun, bu doğrudur. Her şeyin %90’ı çöptür.” (https://en.wikipedia.org/wiki/Sturgeon%27s_law#cite_ref-5)

Tost makinesiyle seks yapan adam: <https://i.redd.it/ycddi529rlv11.jpg>

“Herkes beynine otomatik çalışan bir saçmalık dedektörü kurmalı.” Ernest Hemingway: Manning, Robert, “Hemingway in Cuba”, *The Atlantic*, Ağustos 1956. (<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/1965/08/hemingway-in-cuba/399059/>)

Öfke yayını hakkında: “Şu sıralarda, ister üniversitede ırkçılık hakkında bir kitap okuma ödevi olarak verildiği için ister yerel alışveriş merkezinde Noel ağacı satışı yasaklandığı için ister yatırım fonlarının vergileri yüzde yarım yükseltildiği için olsun; herkes her konuda hemen alınıyor, kendini bir şekilde bastırılmış hissediyor ve öfkeyle patlayarak üzerine dikkat çekmeyi hak etmiş oluyor. Medya çevreleri de bu tür davranışları cesaretlendiriyor ve sürekliliğini sağlıyor çünkü neticede kârlı bir iş. Yazar ve medya yorumcusu Ryan Holiday bu durumu ‘öfke porno’ olarak adlandırmaktadır: Medya gerçek bir mesele hakkındaki gerçek bir hikâyeyi duyuracağına, orta seviyede rencide edici bir şey bulmayı, bunu geniş kitlelere duyurmayı, öfke yaratmayı, bu öfkeyi gerisin geri yine kamuya duyurarak halkın başka bir kesimini de öfkelenlendirmeyi

çok daha kolay (ve kârlı) buluyor. Bu durum iki hayalî taraf arasında karşılıklı bok atma yankısı yaratarak hepimizi toplumu ilgilendiren gerçek sorunlardan uzak tutuyor.” (Manson, Mark, *The Subtle Art of Not Giving a Fck: A Counterintuitive Approach to Living a Good Life*, HarperOne, 2016./Manson, Mark, *Uсталık Gerektiren Kafaya Takmama Sanatı*, çev. Pınar Savaş, Butik Yayıncılık, 2017)

“İnsanları delirterek sağlıklı bir toplum elde edemezsiniz.” (Lanier, Jason, *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now.*)

“Sosyal medya algoritmaları, sıkıcı gerçekler yerine dikkat çekici tık tuzaklarına öncelik vererek saçmalığın tüm dünyaya yayılmasına yardımcı oluyor.” “Should the government determine what counts as quality journalism?”, *The Economist*, 16 Şubat 2019. (<https://www.economist.com/britain/2019/02/16/should-the-government-determine-what-counts-as-qualityjournalism?frsc=dg%7Ce>)

Haberler Bizde Empati Yanılsaması Yaratır

Gönüllülük çılgınlığı için bkz.: Dobelli, Rolf, *Die Kunst des klugen Handelns*, Hanser./Dobelli, Rolf, *Akıllıca Davranma Sanatı*, çev. Anıl Alacaoğlu, Pegasus Yayınları.

Empati kurmadan hareket etmek insanlık dışıdır. Felaketler hakkında bilgi almak bizde bu felaketlere karşı direndiğimiz yanılgısını yaratır. Empati içinde yuvarlanır, kendimizi her gün bir güzel paralarız. Kime ne faydası var? Hiç. “İlgilenen” insanlarla ilgilenmiyorum. Empati –yalnızca empati olarak kaldığında– anlamsızdır.

Diyelim ki bin tane başka gezegen hakkında bilgi alma şansınız var, oralar-daki bütün medeniyetlerden, bütün olaylardan ve bütün felaketlerden haberdar olabilirsiniz. Bunların hepsini bilmek ister miydiniz? Peki sınırınız ne olurdu – on medeniyet mi, on bin mi, on milyon mu?

Haberler Terörü Teşvik Eder

Terör istatistikleri: <https://ourworldindata.org/terrorism>

Diğer ölüm sebepleriyle karşılaştırmalı sayılar için: Global death toll of different causes of death – Oxfam: <https://oxfamblogs.org/fp2p/what-ifwe-allocated-aid-based-on-how-much-damage-something-does-and-whether-we-know-how-to-fix-it/>

“11 Eylül 2001’den bu yana her yıl, Avrupa Birliği’nde yaklaşık elli, ABD’de on, Çin’de yedi insanı öldürdüler ve dünya genelinde bu sayı yirmi beş bine çıktı (çoğunluğu Irak, Afganistan, Pakistan, Nijerya ve Suriye’de). Oysa trafik canavarı her yıl yaklaşık seksen bin Avrupalıyı, kırk bin Amerikalıyı, iki yüz yetmiş bin Çinliyi ve dünya genelinde 1.25 milyon insanı öldürüyor. Her yıl diyabet ve şekerden yaklaşık 3.5 milyon, hava kirliliğinden 7 milyon insan ölüyor.” (Harari, Yuval Noah, *21 Lektionen für das 21. Jahrhundert*, C. H. Beck, S. 215/ Harari, Yuval Noah, *21. Yüzyıl İçin 21 Ders*, çev. Selin Siral, Kolektif Kitap, 2018)

Almanya’da terör (yıl, ölen sayısı):

2001:	3
2002:	0
2003:	0
2004:	1
2005:	2
2006:	2
2007:	1
2008:	0
2009:	0
2010:	0
2011:	2
2012:	0
2013:	0
2014:	0
2015:	1
2016:	27

Almanya’da trafik kazalarındaki ölüm oranı: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/161724/umfrage/verkehrstote-in-deutschland-monatszahlen/>

İntihar oranları: https://de.wikipedia.org/wiki/Suizidrate_nach_Ländern;
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN20170517-1>

“Stanford’da siyaset bilimi profesörü Martha Crenshaw, teröristlerin terör eylemlerinde bulunurken hesaplı kararlar aldıklarını, dahası terörizmin ‘mantıklı insanların kasti seçimlerinin sonucunda ortaya çıkan politik bir tavır’ olduğunu öne sürüyor. İlaveten şunu da söylüyor: ‘Hükümet ve

hükümet karşıtları arasındaki güç farkı çok büyük olduğunda terörizm mantıklı bir davranıştır.” (<https://ourworldindata.org/terrorism#terrorism-specific-countries-and-regions>)

- 11 Eylül 2001 terör saldırılarında 3.000 insan öldü. Burada da –Mumbai örneğinde olduğu gibi– bunun en az on katı kadar insan yaşamı habber tüketimiyle “boşa harlandı” Daha da kötüsü: Medyanın histerisi ABD’nin en büyük dış politika yanlışlarından birine sebep oldu (Irak ve Afganistan). Irak Savaşı’nda sadece Amerika tarafında 4.500 asker öldü. Irak tarafındaki can kaybıysa tahminen 300.000 ile 1.2 milyon arasında (https://en.wikipedia.org/wiki/Casualties_of_the_Iraq_War). Çin’in 2001’de Dünya Ticaret Örgütü’ne katılması ve ABD tam da 2001 yılında bütün dikkatini Asya yerine on dokuz sakallı teröriste yönelttiği için Çin’in en büyük ekonomik güç olan ABD’yi geride bırakacak noktaya gelmesi bu büyük hatanın tuzu biberi oldu.

Haberler İç Huzurumuzu Bozar

“Seneca ‘düzensizliğe’ karşı bizi uyarıp kişisel bilgeliğimizi artırmak istiyorsak ‘sınırlı sayıda usta düşünürü seçmemizi ve onların eserlerini özümsememizi’ tavsiye ediyor. Ona göre bilgi kaynakları arasında durmaksızın zıplayıp durmaktan kaçınmalıyız çünkü ‘her yere gitmek demek hiçbir yere gitmemek anlamına gelir. Sürekli yolda olan birinin bir sürü tanıdığı olur ama hiç dostu olmaz.’” Reeves, Jack, *Seneca’s Smartphone: Stoic Principles for Managing Digital Distraction*. (<http://modernstoicism.com/senecas-smartphone-stoic-principles-for-managing-digital-distraction-by-jack-reeves/#comment-26015>). Seneca alıntıları *Ahlak Mektupları* eserinden.

“Yalnızca dışarıdan gelen olaylar mı üzüyor seni? İyi bir şey daha öğrenmek için kendine zaman ver, oradan oraya el yordamıyla dolaşmayı bırak.” Marcus Aurelius, *Düşünceler*.

Haberlerin yarattığı telaşa dair muhteşem bir alay: Nissan, Coin, “Bad News”, *The New Yorker*, 23 Temmuz 2018. (<https://www.newyorker.com/magazine/2018/07/23/bad-news>)

İkna Olmadınız mı?

Eski gazeteleri okumak: “Gazetelerden tamamen arınmak için bir yılı bir önceki haftanın gazetelerini okuyarak geçirin.” Taleb, Nassim, *The Bed of Procrustes*, Random House, 2010.

Yirmi beş yıl önceki Alman akşam haberleri – bu kitabın planlanan yayın tarihinden yirmi beş yıl önce, yani 3 Eylül 1994: <https://www.tagesschau.de/multimedia/video/video-19029.html>

2011 yılında *New Yorker*'da bir karikatür yayımlandı. Adamın biri bir restoranda oturuyor ve menüye bakıyor. Aniden bir UFO iniyor. Kapsülün içinden bir astronot telaşla inip haykırıyor: “Ben gelecekten geliyorum. Sizi deniz tarağına karşı uyarmaya geldim çünkü sosu biraz fazla kremalı.” Aynı şekilde uzay gemisiyle gelecekten gelen birini hayal ediyorum, günümüz haber tüketicilerinden birinin yanına inip şöyle diyor: “Ben gelecekten geliyorum. Sizi haberlere karşı uyarmaya geldim çünkü haberler biraz fazla önemsiz.” *New Yorker*'daki karikatür Zachary Karin'e ait. 17 Ekim 2011.

Peki Ya Demokrasi? – 1. Kısım

İsviçre'deki resmî referandum broşürleri: Elbette bunlar da manipülasyondan arındırılmış değiller. Hükümette en çok temsil edilen parti resmî referandum broşürünün tasarlanmasında en büyük etkiye sahip. Fakat en azından en önemli karşıt görüşler bir arada bulunuyor – kısaltılmış olsalar da. Merkezindeyse elbette kelimesi kelimesine aktarılmış, önerilen yasa tasarısı oluyor. Ben de şöyle diyorum: Eğer ben bu yasa tasarısını anlamıyorsam o zaman gazeteciler de anlamayacaktır. Asla hakkında fikir üretemediğim bazı yasalar da var (mesela 2018'de İsviçre'de referanduma götürülen bankacılık reformu önerisi) – çünkü etkilerini, etkilerinin etkilerini hesaplayamıyorum. Bu durumlarda oy vermekten kaçınıyor ya da statüko iyi kötü işe yarıyorsa statükoya oy veriyorum.

Dünyanın ilk demokrasisinin muhtemelen en önemli kurucu babası olan Benjamin Franklin bir tartışma kulübünü yönetiyordu: “1727’de, Benjamin Franklin yirmi yaşındayken, o ve birkaç arkadaşı –aralarında bir kâtip, bir marangoz ve iki ayakkabı tamircisi de vardı– bir tartışma kulübü kurup adına ‘Junto’ dediler. Cuma akşamları Philadelphia’da bir birahane’de buluşuyorlardı. ‘Oluşturduğum kurallara göre her üyenin sıra kendine geldiğinde ahlak, politika ve doğa felsefesi konularında bir ya da birkaç soru sorup grupla tartışması gerekiyordu,’ diye anlatıyor Franklin otobiyografisinde. Amerika Birleşik Devleti henüz Amerika

Birleşik Devletleri değildi ama o bir medeniyet sorunu olduğunu çoktan sezmişti. Çözümü şuydu: tartışma eğilimi ya da zafer kazanma arzusu göstermeden, gerçeğe ulaşmak için samimi bir sorgulama isteğiyle yürütülen yapısal, laik bir sohbet.” (Marantz, Andrew, “Benjamin Franklin Invented the Chat Room”, *The New Yorker Magazine*, 9 Nisan 2018, s. 18.)

İlk parlamenter hareketler Orta Çağ’da ortaya çıktı. İzlanda dünyanın hâlâ var olan en eski parlamentosuna sahip. Bin yıldır “*breaking news*” çığına ihtiyaç duymadan gayet güzel işliyor.

Peki Ya Demokrasi? – 2. Kısım

Araştırmacı gazeteciliğin gerekliliğı üzerine: “Amerika 2004’ten beri gazetelerinin beşte birini kaybetti. Medya gözcüleri ‘haber çölleri’ oluşacak ya da bazı bölgelerde hiç gazete kalmayacak diye endişeleniyorlar. Kentucky Üniversitesi Yerel Gazetecilik Enstitüsü’nün başkanı Al Cross, gazetecilerin belediye meclis toplantılarında yalnızca görünmelerinin bile üyelerin düzgün davranmasına yardımcı olabileceğini söylüyor.” (“Still kicking”, *The Economist*. <https://www.economist.com/news/united-states/21744876-reports-their-death-have-beengreatly-exaggerated-small-town-american-newspapers-are?frsc=dg%7Ce>)

Watergate makalesi uzundu: 9.000 ile 16.000 klavye vuruşu arasındaydı. <https://www.washingtonpost.com/wp-srv/national/longterm/watergate/articles/101072-1.htm>

Bu durum bilimde de böyledir: Araştırmacılar bulgularını haber formunda piyasaya salmazlar. Makaleler yazarlar, yazdıklarını seçkin, bilimsel dergilere yollarlar; yolladıkları merciler de eleştirel bir gözle gözden geçirsin diye başka bilim insanlarına gönderirler. Sonra araştırmacılar bu eleştirilen noktaların üzerinde çalışır, değiştirir ya da derinlikli deneyler yürütürler. Ancak makale üzerindeki bütün kuşku kaldırıldıktan sonra, bazen üç ya da altı ay sonra, makale yayımlanır – bu da keşfin değerini azaltmaz. Aynı yöntemin araştırmacı gazetecilikte de işe yaramaması için hiçbir gerekçe yoktur.

Haber gazetecilerinin üzerinde baskıya AOL’den bir örnek: “Bütün yazı işleri çalışanlarının günde beş on hikâye yazmaları beklenir, her birinin ortalama masrafı 84 dolar, kâr marjının da (reklamlardan gelen) %50

olması gerekir.” (Johnson, Clay A., *The Information Diet, A Case for Conscious Consumption*.)

Belki de araştırmacı gazetecilik batmaya mahkûmdur: “Haber kuruluşlarına –özellikle de pahalıya mal olan araştırmacı gazeteciliği destekleyenlere– yıllar boyunca, büyük teknoloji firmalarının ‘yıkıcılığına’ direnecek yeni iş planları oluşturmak için yeterince atik olmanın onların elinde olduğu söylendi fakat hiç kimse gerçekten kayda değer bir tavsiyede bulunmadı.” (Lanier, Jason, *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now*.)

“Dame Frances, kamu yararına yapılan gazeteciliğin pazar tarafından desteklenmediğini ve hükümetin bunu vergi indirimleri sağlama ya da doğrudan finanse etme yoluyla desteklemesi gerektiğini savunur. Özellikle iki tür gazetecilik desteği hak eder. Biri yolsuzluğu ve gücün kötüye kullanımını araştıran gazeteciliktir. Böyle bir iş prestijine rağmen pahalıdır, zordur ve –ticari açıdan bakıldığında– genel olarak maliyetine değmez. İkincisi ise yerel gazetelerin sağladığı türden bir şeydir: planlama toplantılarını, yerel mahkemeleri ve bunlar gibi şeyleri kaleme almak. Viral olma ihtimali bunlardan daha az olan herhangi bir haber hayal etmek çok zor.” *The Economist*, 16 Şubat 2019. (<https://www.economist.com/britain/2019/02/16/should-the-government-determine-what-counts-as-quality-journalism?frsc=dg%7Ce>)

Haber Yemeği

İkinci sunumun çoğunlukla yapıcı olması gerekir. En ideali, olumsuz bir bulgu değil, var olan kötü bir duruma dair bir çözüm ya da bir iyileştirme önerisi sunmak olur. Bu da *olumsuzluk yanlışlığı* denen şeyi dengeler (negatif haberler daha iyi satar, bu yüzden daha sık bulunurlar). Pozitif olaylar, çözümler, iyileştirme önerileri vs. hakkında yapılan haberlere yapıcı gazetecilik ya da başka bir isimle çözüm gazeteciliği denir. Jodie Jackson çözüm gazeteciliği için etkileyici bir manifesto yazmıştır: Jackson, Jodie, *You Are What You Read, Why Changing Your Media Diet Can Change The World*, Unbound Publishing, 2019.

Haberlerin Geleceği

- 3 numaralı eğilim, algoritmalar: “Bir bakıma davranış bilimcilerin kafesindeki bir hayvansınız.” (Lanier, Jason, *Ten Arguments For Deleting Your Social Media Accounts Right Now.*)
- 4 numaralı eğilim, *sahte haberler*: Yapay zekâ programlarıyla yazılmış *sahte haberler*: “Araştırmacılar, internetten alınan çok sayıda metin üzerinde eğitilmiş, metni tercüme edebilecek, soruları cevaplayabilecek ve diğer yararlı görevleri yerine getirebilecek genel amaçlı bir dil algoritması geliştirmeyi başardılar. Ama çok geçmeden istismar potansiyeli konusunda endişelenmeye başladılar. OpenAI’nın politika direktörü Jack Clark, ‘Testlere başladık ve kötü amaçlı içerikler üretmenin çok olası olduğunu çabucak fark ettik,’ dedi. Clark’a göre program gösteriyor ki yapay zekâ inandırıcı sahte haberlerin, sosyal medya gönderilerinin veya diğer metin içeriklerinin oluşturulmasını otomatikleştirmek için kullanılabilir. Böyle bir araç iklim değişikliğini inkâr eden haberler veya bir seçim sırasında skandal yaratacak ifşalar uydurabilir. Sahte haberler halihazırda bir sorun, ancak otomatikleştirilirse duymazlıktan gelmek zorlaşabilir. Belki belirli demografik –hatta bireysel– verilere göre optimize edilebilirler. Clark, yapay zekânın inandırıcı sahte hikâyeler, sahte tweet’ler veya daha ikna edici yorumlar üretmesinin çok uzun sürmeyeceğini söylüyor: ‘Bu teknoloji olgunlaşırsa –bir iki yıl içinde diyelim– dezenformasyon veya propaganda için kullanılabileceği çok açık.’” (Knight, Will, “An AI that writes convincing prose risks massproducing fake news.” *MIT Technology News*, 14 Şubat 2019. (<https://www.technologyreview.com/s/612960/an-ai-tool-auto-generates-fake-news-bogus-tweets-and-plenty-of-gibberish/>))

Nasıl Bir His

İlk sorulardan biri hep şu olur: Haber tüketmezseniz nasıl haberdar olacaksınız? Bunu şöyle cevaplayabilirsiniz: “‘Haberdar’ korkunç bir kelime. Ben ‘haberdar’ olmak istemiyorum. Tam tersine. Ben anlamak istiyorum. İnsan gerçekleri istiflerse *haberdar* olur. Ama bağlantıları, sebepleri ve sonuçları, reaksiyonları, önemli bütün gerçeklerin dinamiğini fark ederse o insan *anlamış* olur. *Haberdar olmak*: Bu bir yığın taş benzer. Biri ne kadar *haberdarsa* taş yığını o kadar büyük olur. Ama bir taş

yığını değersiz bir taş yığını olarak kalır. Öte yandan *anlayan* insan bu taş yığından bir köprü ya da bir ev inşa eder. Dahası –bu çok önemli– yığındaki taşların birçoğuna dokunmaz çünkü onlar kullanışsızdır.”

Sonsöz ve Teşekkürler

Taleb hakkında: Çocukluğumdan beri haber sirkinde bir şeylerin “çürük” olduğunu hissediyordum. Ama temeline inecek zihinsel araçlardan yoksundum. Dolayısıyla –bilgisayar başında çalışan ya da cebinde bir akıllı telefon taşıyan hemen her insan gibi– bir haber bağımlısına dönüştüm. Haber bağımlılığının bırakılması gereken bir şey olduğunu ancak zamanla fark ettim – adım adım uygulamaya koydum. 2010 yılında bir gün kendi kendime şöyle dedim: “Radikal haber diyetini bir dene bakalım. Ölmezsin ya. Kaldı ki istediğin zaman eski haline geri dönebilirsin.” Bu adımı atmamın sebepleri, haberlerin yol açtığı içsel bir huzursuzluk, bir keyifsizlik ve uzun metinleri yorulmadan okuma kabiliyetimi yitirmiş olmamdı. Ayrıca aniden haberlerin benim hayatım için ne kadar az önem taşıdığını fark etmiştim. Haber tüketimine karşı bilişsel gözlemevinden geliştirilen en önemli argümanları ve özellikle karar süreçlerinde haber tüketiminden kaynaklanan hataları ancak Nassim Taleb’le yaptığım sohbetler sayesinde öğrendim. Burada bahsettiğim argümanların birçoğu Taleb’le sohbetlerimizden çıktı – sadece hangileri olduğunu bilmiyorum.



ROLF DOBELLI 1966 yılında İsviçre, Luzern'de doğdu. St. Gallen Üniversitesi'nde ekonomi eğitimi aldı ve aynı üniversitede felsefe doktorası yaptı. Sonraları yönetici ve girişimci olarak kariyerine devam etti. Otuz beş yaşında ilk kitabını yazdı. Kendisi de bir yazar olan eşi Clara Maria Bagus ve iki oğluyla birlikte Bern'de yaşamaktadır.



Kapak tasarımı: BÜRO JORGE SCHMIDT, Münih
Kapak görseli: imago images / imagebroker
Yazar fotoğrafı: Bodo Rüedi

Hayatınızla ilgili daha doğru kararlar almak ister misiniz? O halde telefonunuzdaki haber uygulamalarını silin ve televizyonunuzdan kurtulun!

Her zaman, her şeyden haberdar olmamıza karşın bilgi birikimimiz çok uzundur. Bu, sürekli olarak “haber tüketmemizden” kaynaklanır. Haberlerde ise genelde önemsiz olaylara ait tadımlık haber yazıları, gösterişli fotoğraflar, heyecan verici “gerçekler” yer alır.

Aslında haberler bizim için zararlıdır: Ruhumuzda yaralar açar, gerçekten önemli şeylere dair bakışımızı çarpıtır, irademizi zayıflatırlar ve bizi depresifleştirirler.

Çoksatan yazar Rolf Dobelli uzun yıllardır tek kelime haber okumadan yaşıyor ve bunun özgürleştirici etkisini ilk ağızdan bu kitabında ele alıyor. Siz de onun yaptığını yapın: Haberlerle olan ilişkinizi kökten kesin. Radikal bir şekilde yapın bunu. Böylece doğru düşünecek, değerli görüşlere sahip olacaksınız ve kaosun hüküm sürmediği stressiz bir dijital yaşama sanatının inceliklerini keşfedeceksiniz. Hem iş hayatınızda hem de özel hayatınızda daha iyi kararlar aldığınızı göreceksiniz. Bu sayede sizi rahatlatan ve mutlu eden şeyler için aniden daha fazla zamanınız olduğunu fark edeceksiniz.

“Bu, şimdiye kadar yazdığım en kişisel kitap. Tam bir haber bağımlısıydım ama yıllardır hiçbir haberi okumadan yaşıyorum ve bu özgürlüğün etkilerini hem hisseden hem yaşayan biri olarak ilk ağızdan bunları anlatmak istedim: daha yüksek bir yaşam kalitesi, daha net düşünceler, anlam dolu görüşler ve çok fazla zaman. Haber okumayı bırakın! Hayatınızın her alanında daha iyi kararlar alacaksınız. Ve en önemlisi de kayda değer hiçbir şeyi kaçırmayacaksınız!” **Rolf Dobelli**

