

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

YEREL MEDYA ve ETİK (KONYA ÖRNEĞİ)

Selahattin ÇAVUŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Doç. Dr. Bünyamin AYHAN

Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından, 09203019 numaralı Yüksek Lisans Tez Projesi olarak desteklenmiştir

Konya–2010



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Selahattin Çavuş



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Selahattin Çavuş tarafından hazırlanan Yerel Medya ve Etik (Konya Örneği) başlıklı bu çalışma 25.5.2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman ve Üyeler	İmza
Yrd. Doç Dr. Caner Arabacı	Başkan	
Doç. Dr. Bünyamin Ayhan	Danışman	
Yrd. Doç. Dr. Şükrü Balcı	Üye	

ÖN SÖZ

“Hiçbir sosyal faaliyet şekli yoktur ki, kendine mahsus bir ahlak disiplinine gereksinim göstermesin. Gerçekten, geniş olsun, dar olsun, her sosyal grup bölümlerden kurulu bir bütündür. Böyle bir grubun tutunabilmesi için her bölümün, sanki yalnızmış, kendi bir bütün değilmiş gibi değil, aksine bütünün devamını sağlayacak şekilde davranması gerekir (Durkheim, 1949: 8).”

Emile Durkheim’ın ifade ettiği gibi her tür sosyal faaliyetin sahip olması gereken ahlaki düzenlemeler bulunmaktadır. Gazetecilik mesleği de şüphesiz bunlardan biridir. Ancak gazetecilik mesleğinin pratik anlamda pek çok etik soruna yol açtığı da bir gerçektir. Hatta gazeteciliğin belli bir etik disipline sahip olabileceği görüşüne sıcak bakmayanlar da hesaba katıldığında, gazetecilik etiğinin ne denli zor bir araştırma alanı olduğu daha net anlaşılabilir. Benzer zorluğun yerel medya yapılanmalarında da sıklıkla yaşandığı gerçeğinden hareketle hazırlanan bu çalışma; yerel medyayı özgürlük, doğruluk, dürüstlük ve tarafsızlık gibi temel etik değerler üzerinden incelemektedir.

Gazetecilikteki yoğun rekabet, enformasyon bombardımanı ile birbirine giren bilgi yığınları ile yukarıda ifade edilen değerler arasındaki çelişki, yerel medya açısından değerlendirilmektedir. Elbette medyada yaşanan etik dışı uygulamaların tamamını yerel medya yapılanmalarıyla özdeşleştirmek mümkün değildir. Her şeyden önce yerel medya, ne olduğunu ve nasıl bir işleyişe sahip olması gerektiğini bilmek zorundadır. Sorunun ekonomik boyutu dışında ana eksenini oluşturan karmaşa da bu noktada başlamaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, yerel medyanın sorunlarını ve ilkesel yanlışlarını aktarmakla kalmamakta, aynı zamanda doğru yaklaşım biçimlerine yönelik ipuçlarını da vermektedir.



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Selahattin Çavuş	Numarası: 074222001009
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gazetecilik	
	Danışmanı	Doç. Dr. Bünyamin Ayhan	
Tezin Adı		Yerel Medya ve Etik (Konya Örneği)	

ÖZET

Bu çalışma normatif etik ile yerel medya yapılanmaları arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak, yerel medya pratiklerinin ortaya çıkardığı etik açmazları Konya bağlamında değerlendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmanın bir diğer amacı da tüm medya biçimleri için geçerli etik açmazlara ışık tutmaktır. Türkiye’de ve dünyada basın denince akla yaygın basın veya medya kuruluşları gelmektedir. Gazeteciliği tartışmalı hale getiren uygulama biçimleri de yine yaygın basın bağlamında tartışılmaktadır. Ancak Türkiye’de temeli 19. yüzyılın ikinci yarısına dayanan yerel medya bu tartışmada görmezden gelinmekte ya da yaygın basının bir parçası olarak görülmektedir. Yerel medya her ne kadar ülke medyasına özenen bir çizgide bulunsa da, sahip olduğu özellikleri, işlevleri ve görevleri ile özgün bir niteliğe sahiptir. Yerel medya ve yaygın medyada görülen aksaklıklar da her zaman aynı değildir. Dolayısıyla bu çalışma Konya örnekleminde hareketle yerel medyanın içinde bulunduğu etik çıkmazları ortaya koymakta ve çözüm önerileri sunmaktadır.



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Selahattin Çavuş	Numarası: 074222001009
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Gazetecilik	
	Danışmanı	Doç. Dr. Bünyamin Ayhan	
Tezin İngilizce Adı		Local Media and Ethics (Konya Sample)	

SUMMARY

This study is prepared in order to evaluate the ethic impasses which local media practices reveal by propounding the relationship between normative ethic and local media formations in the context of Konya. Another aim of the study is to light the way to the ethic impasses which are valid for all kinds of media. In Turkey and in the world, people think of common press and media organizations when they hear the word 'Press'. Application styles which made the journalism arguable are argued in the context of local press. But in Turkey, the local press, appeared in the second part of 19th century, is not considered in this argument and considered as a part of common press. Local media elaborates on national media; but it has got its own qualities with its specialties, functions and duties. The difficulties are not always the same that are seen on local media and common media. So, this study brings up the ethic impasses in Konya which local media is in and the study offers some solution suggestions.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	II
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	III
ÖN SÖZ	IV
ÖZET	V
SUMMARY	VI
TABLOLAR VE KISALTMALAR LİSTESİ.....	X
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ETİĞİN DOĞAL TEMELLERİ VE MEDYA ETİĞİ

1.1. ETİK VE AHLAK.....	5
1.1.1. Toplumsal Etik	7
1.1.2. Meslek Etiği	9
1.2. ETİKTE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR.....	14
1.2.1. İlk Çağ'dan Aydınlanmaya Normatif Etik	14
1.2.2. Etikte Yeni Dönem: Immanuel Kant	19
1.2.3. Marksçı Ahlak Anlayışı	20
1.2.4. John Stuart Mill ve Faydacılık	21
1.3. HABER, ÖZGÜRLÜK VE ETİK	22
1.3.1. Haber Olgusu ve Gazetecilik.....	26
1.3.2. Türkiye'de Basın Özgürlüğü'nün Gelişimi.....	43
1.3.3. Etik İlkelerin Denetimi	48
1.3.4. Batıda Etik Standartlara İlişkin Düzenlemeler	52
1.3.5. Görsel Medya ve Etik	55

İKİNCİ BÖLÜM

BASIN OLGUSU VE KONYA'DA YAZILI VE GÖRSEL BASIN

(GAZETE VE TELEVİZYONLAR)

2.1. YAYGIN VE YEREL BASIN	65
2.2. KONYA'DA YAZILI VE GÖRSEL BASIN	83
2.2.1. Konya Gazetelerinin Tarihçesi	83
2.2.2. Konya'da Yayınlanan Gazeteler	88
2.2.2.1. Konya Merkezinde Günlük Yayınlanan Gazeteler	88
2.2.2.2. Konya İlçelerinde Yayınlanan Gazeteler	89
2.2.3. Konya Televizyonlarının Tarihçesi	90
2.2.3.1. Türkiye'de İlk Yerel Televizyon Denemesi: Sun TV	91

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONYA YEREL MEDYA ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE YAPILAN SAHA ARAŞTIRMASININ DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. METODOLOJİ.....	94
3.1.1. Araştırmanın Amacı.....	94
3.1.2. Araştırmanın Önemi	94
3.1.3. Araştırmanın Sorunu	95
3.1.4. Araştırmanın Yöntemi	95
3.1.5. Evren ve Örneklem	96
3.1.6. Araştırma Soruları	96
3.1.7. Araştırmada Kullanılan İstatistik Teknikleri.....	97
3.2. ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI.....	98
3.2.1. Katılımcıların Bazı Özellikleri	98

3.2.2. Medya ve Etik İlişkisinde Yerel Medya Çalışanlarının Etiği Anlama Motivasyonlarına İlişkin Görüşleri	102
3.2.3. Kitle İletişim Araçlarının Güvenilirlik Açısından Değerlendirilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular	110
3.2.4. Deneklerin Sosyo-Demografik Özellikleri ve Medya İşleyişine Yönelik Karşılaştırmalar	113
3.2.5. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Medyada Etik Standartlara Verilen Önemdeki Dağılım	116
3.2.5.1. Cinsiyete Göre Dağılım.....	116
3.2.5.2. Yaşa Göre Dağılım	119
3.2.5.3. Eğitim Düzeyine Göre Dağılım	122
3.2.6. Deneklerin İletişim Eğitimi, Özdenetim Uygulamaları ve Kurum içi Düzenlemelere Yönelik Görüşleri.....	125
3.2.6.1. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri ve Çalıştıkları Kurumlara Göre Gazetecilik Eğitimine Bakışı.....	127
SONUÇ VE ÖNERİLER	130
EKLER	143
Ek 1: Alan Araştırmasında Kullanılan Tablolar	143
Ek 2: Anket Formu Örneği	177

TABLolar VE KISALTMALAR LİSTESİ

TABLolar

Tablo 1. 2010 Şubat Ayı İçerisinde Resmi İlan Ve Reklâm Verilebilecek Durumda Olan Konya Gazeteleri	88
Tablo 2. Konya İline Bağlı İlçelerde Yayınlanan Gazeteler	89
Tablo 3. Cinsiyet Dağılımı.....	98
Tablo 4. Medeni Durum	98
Tablo 5. Eğitim Durumu	98
Tablo 6. Yaş Dağılımı	99
Tablo 7. Deneklerin Gazetecilik Mesleğinde Bulunma Süreleri	100
Tablo 8. Deneklerin Medya Organlarına Göre Dağılımı	100
Tablo 9. Deneklerin Kurum İçindeki Mevkilerine Göre Dağılımı	101
Tablo 10. Deneklerin Sigortalılık Durumu	101
Tablo 11. Deneklerin Medya Biçimlerine ve Etiğe İlişkin Görüşleri.....	102
Tablo 12. Medya Ve Etik İlkelere İlişkin Betimleyici İstatistikler	105
Tablo 13. Gazete Güvenilirlik Oranları	110
Tablo 14. Televizyon Güvenilirlik Oranları	111
Tablo 15. Radyo Güvenilirlik Oranları	111
Tablo 16. Dergi Güvenilirlik Oranları.....	112
Tablo 17. İnternet Güvenilirlik Oranları	112
Tablo 18. Medya Güvenilirliğine İlişkin Betimleyici İstatistikler.....	113
Tablo 19. Deneklerin Etik Standartlara Yönelik Görüşlerini İçeren Tablo	126
Tablo 20. Deneklerin Etik Standartlara Yönelik Görüşlerini İçeren Betimleyici İstatistikler.....	127

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BKZ	: Bakınız
BAY	: Basın Ahlak Yasası
BBP	: Büyük Birlik Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
DP	: Demokrat Parti
DYP	: Doğru Yol Partisi
HBB	: Has Bilgi Birikim
İÖ	: İsa'dan Önce
İTÜ	: İstanbul Teknik Üniversitesi
KGC	: Konya Gazeteciler Cemiyeti
MRT	: Mustafa Radyo Televizyon
PTT	: Posta Telgraf ve Telefon Kurumu
RTÜK	: Radyo Televizyon Üst Kurulu
S	: Sayfa
STV	: Samanyolu Televizyonu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TGC	: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TGRT	: Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu
TRT	: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu
YY	: Yüzyıl

GİRİŞ

Teknoloji, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra her on yılda bir tüm insanlık tarihi kadar ilerleme kaydetmektedir. Mc Luhan'ın tabiriyle küresel köyü andıran dünyanın (Yaylagül, 2010: 69) baş döndürücü değişim hızı karşısında gazetecilik de payına düşeni almaktadır. Toplumsal dönüşümler teknolojik devrimin 20. yüzyılda zirve yaptığı gerçeğinden hareketle, gazeteciliğin son yüzyılda yaşadığı gelişme ve bu gelişmeyi hazmetme çabasındadır. Bilgisayar teknolojisinin internetle kazandığı yeni form ve kitle iletişiminde açtığı çığır, enformasyonun hiç olmadığı kadar yoğun bir bombardımana dönüşmesine neden olmuştur –ve halen de olmaktadır-. Dolayısıyla 20. yüzyıl başlarında alevlenen etik tartışmaları bu noktada zirve yapmış ve basit ifadeyle “gazetecinin ahlakı” aynı dönemde daha çok sorgulanır hale gelmiştir. İşte bu dönem gazetecilik mesleğini etik tartışmaların merkezine taşımıştır.

Mesleki kodların oluşturulduğu etik alanı, gazeteciliğin ürettiği sorunlara sistematik cevaplar aramaktadır. Gazeteciliğin görev ve işlevleri, sorumlulukları ve basın özgürlüğü gibi temel kavramlar aslında etiğin birebir ilgilendiği konulardır. Gazeteciliğin günümüzdeki halini aldığı 17. yüzyıl başından itibaren basın ahlakı ya da gazetecinin etiği gibi konular tartışma alanları oluşturarak elektronik haberciliğin zirve yaptığı 21. yüzyıla kadar gelmiştir (Taş, 2010: 3-19). Basını hiç şüphesiz siyasal sistemlerden ve toplumsal dönüşümlerden bağımsız ele almak mümkün değildir. Schramm'ın Basın Kuramı'nın 4 temel unsurunun batı toplumsal ve siyasal dönüşümünün en net yansıması olarak geliştiği göz önünde bulundurulmalıdır. Feodaliteden merkezi krallıklara ardından Fransız İhtilali'ne ve sanayi devrimine, son olarak iki kutuplu dünyanın soğuk savaş ekseninden henüz çıktığı son 20 yıla değin uzanan süreç basının geçirdiği değişim ve dönüşümü siyasi bir perspektifle algılamayı kolaylaştırmaktadır. Öte yandan kitle iletişimi ve medyanın normatif değerler ile sistematik hale dönüştüğü evrede -özellikle önceki yüzyıl boyunca- basın veya medya etiği de kuramsal olarak tartışılmış ve çeşitli yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Bunlardan, İnsanlığın 3 temel buyruğundan birini “ahlak” olarak niteleyen ve insanın yüceltiği Kantçı “ilkesel ahlak” yaklaşımı (Erdem, 2003: 46), Kant'cı etiği geliştiren Emile Durkheim'in görevci etik anlayışı, Faydacılığın en önemli

isimlerinde John Stuart Mill'in faydacı etik anlayışı öne çıkan birkaçı olarak gösterilebilir (İrvan, 2004: 2-3). Hatta ideal iddiasından çok mevcut medya uygulamalarını sistematik biçimde ele alan Makyavelci anlayış da bu yaklaşımlara bir diğer örnektir.

Profesyonel gazetecilik ve objektiflik yaklaşımı 20. yüzyılda gelişmiş ve kuramsal bir düzleme oturmuştur. Liberal yapıların kastedilen ideale çok uzak olduğu görüşündeki Walter Lippmann, bu yaklaşımı benimsemektedir (Taş, 2010: 14). Haberin, olanı olduğu gibi aktardığı, en azından aktarmakla yükümlü olduğu yönündeki görüşe soğuk bakan bir diğer yaklaşım ise eleştirelciylerdir. Eleştirel yaklaşımlar yukarıda belirtilen yaklaşımlardan farklı olarak geliştirilen "nesnel ve tarafsız haberciliğin imkânsızlığı" görüşünü benimsemiştir (Dursun, 2005: 70).

Farklı disiplinlerden beslenen ancak kendi kuramsal altyapısını oluşturma çabasındaki iletişim bilimi (Yaylagül, 2010: 22) yukarıda belirtilen yaklaşımlardan beslenerek evrensel medya etiğine ulaşmaya çalışmaktadır. Ancak gazeteciliğin uygulama alanı, kuramsal yöntemlerin işaret ettiği kalıplara sığmamaktadır. Bir bütün olarak medya etiği, kurumsal kademelerdeki algılama farklılıkları, habercinin vicdanı, ekonomik yapılar ve devlet faktörü gibi unsurlar göz önüne alındığında zor bir araştırma alanı gibi görünmektedir. Özellikle de başarıya giden yolda her yolun mubah görüldüğü Makyavelci anlayış medya etiği çalışmalarında ortaya çıkan en büyük zorluklardan biridir. Diğer taraftan tüm bu farklı bakış açılarına rağmen, tek bir etik anlayışın -tıpkı diğer meslek dallarında olduğu gibi- benimsenememiş olması bir başka soruyu gündeme taşımaktadır. Gazetecilik meslek midir? Bu sorunun yöneltmesindeki temel etken gazeteciliğin genel kabul görmüş etik kurallarının bulunup bulunmadığıyla ilgilidir. İkinci bir sorunlu alan ise bir sonraki aşama olan bu ilkelerin uygulama aşamasıdır. Otoriter yapılanmalardan demokrasi iddiasındaki devletlere değin -uygulanabilir olduğu varsayılan- etik ilkelerin uygulama şekilleri ve yöntemleri farklılık göstermektedir. Yasa, kanun ve yönetmelikler başta olmak üzere özenetimin mekanizmalarının farklı şekilleri ülkeden ülkeye değişik biçimlerde denenmekte ve medyada etik ilkeler işletilmeye çalışılmaktadır (Tokgöz, 1994: 123).

Etik ilkelerin evrensel, mutlak ve uygulanabilir olup olmadığı yönündeki tartışmalar genel olarak yaygın medya kuruluşları ekseninde gerçekleştirilmektedir. Bir diğer deyişle, medya etiği; yaygın ve yerel tüm medya kuruluşlarındaki ortak değerler bütünü oluşturuyormuş gibi algılanmaktadır. Türkiye’de yerel basının oluşum süreci incelendiğinde etnik, coğrafi ya da siyasi özelliklerin önce eyalet yapılanmalarına, ardından da yerel basın olgusuna zemin hazırladığı görülmektedir (Arabacı vd., 2009: 19). 1864 yılında eyalet sisteminden vilayet sistemine geçişle birlikte yeni vilayetler kurulmuş, yerel basının gelişmesine katkı sağlayan vilayet matbaaları da bu yeni yapıların basım işlerini gerçekleştirmek için düzenlenmiştir. Böylelikle bir yandan 20. yüzyılın normatif medya çalışmalarında ortaya çıkan yaklaşımlar, bir yandan da yerel medyanın oluşum sürecinde oluşturduğu prototip görünüm her iki yapıyı ayrı ayrı inceleme fırsatı sunmuştur. Dolayısıyla bu çalışma; bağımsız bir alan olarak etiğin temellerini, 17. yüzyıla uzanan basın özgürlüğü ve etik gibi kavramların gelişim süreçlerini ve gazeteciliğin temel prensiplerini ortaya koymakla kalmamakta, saha araştırması aracılığıyla yerel medya bağlamında medya etiğinin görünümünün algılanmasına katkı sağlamaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak etiğin –ahlak felsefesi- ortaya çıkışı ve temelleri ile medya etiği tarihsel yöntemle ele alınmaktadır. Etiğin temel kıstasları ile dünyada ve Türkiye’de yaşanan uygulamalar arasındaki çelişkilere birinci bölümde yer verilmekle birlikte, her türlü olumsuzluklara rağmen otoriter, liberal ve eleştirel düzeyde uygulamaya konulan etik düzenlemelerden dikkate değer olanlar yine birinci bölümün konuları arasında yer bulmaktadır. Birinci bölümde ayrıca, yaygın ve yerel basın olgusu tartışılmaktadır. Bununla birlikte gazeteciliğin temeli olan haber ve haberci olgusu gibi kavramlar ayrı biçimde aktararak, Konya’da yayın yapmakta olan televizyon ve gazetelere geçiş sağlanmıştır. Böylece çalışmanın ilk bölümünde yaygın ve yerel basın türleri, haber olgusu ve ikinci bölümde yerel habercilik örnekleriyle saha araştırması için gerekli zemin sağlanmıştır. Literatür çalışması sonucu birinci ve ikinci bölümde elde edilen veriler çalışmanın eksenini oluşturan yerel medya etiğine geçiş için önem taşımaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünü oluşturan yerel medya etiğine ilişkin saha araştırması, Konya örneğinden hareketle oluşturulan anketi ve sonuçlarını kapsamaktadır. Anket

kapsamında, yerel medya çalışanları açısından medya etiğinin algılanışı, yerel medya işleyişi, yerel medyada görev ve sorumluluk olguları gibi temel başlıklar ele alınmakta, yerel ve yaygın basında etik algılaması arasındaki farklar ve benzerliklerin neler olduğu yönündeki sorulara cevap aranmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde ayrıca, yerel medya örgütlenmelerinin ve bu örgüt yapısı içerisindeki unsurların etik ihlallere neden olan temel sorunları üzerinde durulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ETİĞİN DOĞAL TEMELLERİ VE MEDYA ETİĞİ

1.1. ETİK VE AHLAK

Etik ve ahlak kavramları toplumsal yaşamın şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kimi zaman birlikte, kimi zaman özdeş olarak, kimi zaman ise farklı tanımlanan bu iki kavram bireyler üzerindeki yaptırımsız ancak baskıcı özellikleriyle toplum hayatına yön vermektedir. Çok yakından ilişkili olan etik ve ahlak kavramları arasındaki temel ayrım, etik teriminin genel olarak ahlakı konu alan disiplini belirtmesidir. Etik bu anlamda ahlak felsefesiyle eş anlamlı sayılır. Etiğin yanı sıra sorular ise şunlardır: Nasıl yaşamalıyız? Mutluluğu mu yoksa bilgiyi, erdemi ve güzellikleri yaratmayı mı amaçlamalıyız? Mutluluğu seçersek bu kendi mutluluğumuz mu yoksa herkesin mutluluğu mu olacaktır? İyi bir amaca varmak için kötü bir yol izlenebilir mi? Bu gezegeni paylaştığımız öteki canlılara ve bizden sonra gelecek kuşaklara karşı sorumluluklarımız nelerdir (Ana Britanica, 1986: 340).

Aslen Arapça kökenli “Ahlak” sözcüğü; “yapılması gerekenler, yapılmaması gerekenler” eksenleri etrafında sıralanan değer yargıları, normlar, ilkeler, kurallar topluluğudur (Tepe, 1992: 5).” Bu kuralların oluşturulması ve uygulanmasında özneyi oluşturan yegâne canlı insandır. Gerek ahlak ve gerekse etik araştırmalarında insan odaklı eylemlerin niteliği üzerinde durulmaktadır. İkel ya da çağdaş her insanın ve insan topluluklarının belirli ahlak ölçütleri vardır. Bu ölçütler yalnızca insanın ahlaklılığının tek belirleyicisi değildir. İnsan Aristo’nun ifadeleriyle “akılcı hayvan”dır. Dolayısıyla ahlaki değerlerin insan aklıyla açıklanması süreci bu noktada başlar ve insanoğlu ahlaklılığın kökenlerini irdelemeye başlar (Selsam, 1995: 7, 8).

İnsanların özgür iradeleriyle gerçekleştirdiği eylemler doğaya ya da yasalar tarafından belirlenmemiştir. Dolayısıyla özgür eylemlerle tutarlılık gösteren kuralların gerekliliği ortaya çıkar. İşte bu yapıyı oluşturan kurallara ahlaki kurallar denir (Kant, 1994: 32).

Etik, Yunanca “ethike” sözcüğünden, o da “ethikos” sıfatından türemiştir. Bu sıfatın kökü ise “ethos” sözcüğüdür. Ethos’un ilk anlamı; hayvanların veya insanların yaşayageldiği yer, yurtluk, ikinci anlamı ise gelenek, alışkanlık, çoğul kullanıldığında; görenek, görgüdür. Türkçe yazan kimi felsefeciler, etik sözcüğünü özellikle “ahlak” terimlerinden kaçmak için kullanmaktadır (Girgin, 2003: 145).

Etik davranış iyi olanı işaret etmektedir, dolayısıyla etik; ahlak bilimi veya ahlak felsefesi olarak nitelendirilebilir (İrvan, 1999: 61). Bu nedenle etik, ahlaka ilişkin bilimsel uğraş şeklinde tarif edilmiştir (Alver, 2007: 255).

Türk dili sözlüğünde ise etik, “Ahlak ve ilkeleriyle, bunların niteliklerini ve uygulamasını inceleyen bilim dalıdır” ifadeleriyle tanımlanmıştır (www.tdk.org.tr).

Etik, davranışları yönlendiren davranış standartlarını veya sosyal normları belirler. Genel anlamda kabul gören davranış standartları ise bireyin içinden gelen davranışlardan farklılık göstermektedir. Yani insanlar yalan söylemenin kötü olduğunu bilmelerine rağmen yalan söylemekten kendilerini alamaz. Dolayısıyla etikçiler genel davranış standartları üzerinde çalışmaktadır. Bir inceleme alanı olarak etik, temel işlevi tanımlayıcı veya açıklayıcı olmayan, daha çok sıkı kurallara ve değerlendirmelere dayalı normatif bir disiplindir (Resnik, 2004: 31).

Etik ve ahlak aynı anlama geliyor gibi algılansa da aslında her iki kavramın da ayrı ayrı kullanılmalarında bir takım temel gerekçeler bulunmaktadır. Çünkü ahlak, bir toplumun en genel standartlarını içerir. Bu standartlar kişilerin mesleki durumlarının dışında herkesi kapsar niteliktedir. Ahlak standartları temel olarak zıtlıklar üzerinde ayrımı gerçekleştirmektedir. Bunlar iyi ve iyi olmayan, erdemli ve erdemli olmayan ve adil ve adil olmayan gibi örneklerle açıklanabilir (Resnik, 2004: 31).

Etik kavramı, genel standartlardan ziyade belli özel yapılar için ifade eden davranış kurallarını belirler. Yani etik kavramı toplum içinde yer edinen kurumlar, gruplar ya da meslek örgütleri için geçerli standartlar niteliğindedir. Bu nedenle etik genel olarak meslek yapılanmalarıyla birlikte kullanılmaktadır. Tıp etiği, gazetecilik etiği, spor etiği bunlara örnek olarak gösterilebilir. Etik davranış kodları genel ahlak

ilkeleri ışığında meslek ve yapılanmalar üzerinde şekillenmektedir. Bir davranışın ahlaki olup olmadığı sorusu davranışı gerçekleştiren bireyin toplumsal standartlardan ne kadar aldığıyla ölçülebilir. Etik ise kuramsal boyutuyla meslek için çizilen sınırların topluma nasıl yansıtılacağı ve dolayısıyla toplumu nasıl şekillendireceği noktasında önem taşımaktadır. O halde etik kodlar, meslek grupları içinde yer alan bireylerin çalışmalarında ortaya çıkan etik sorunlar üzerinde nasıl yorum getirecekleri ve ne gibi kararlar alacakları konusunda standartlar oluşturmaktadır. Bu standartlar etik uygulamaların meslek içi güvenilirliği sağlamada birincil görev taşıdığı söylenebilir. Dünyanın her yerinde etik kurallar, temel kabul edilen normların uygulanmadığı ortamlarda kişiyi bir anlamda kontrol altında tutma görevini yerine getirmektedir. Vicdaniyla sürekli baş başa kalan insan, etik normlar sayesinde ve\veya bu normlar yoluyla alacağı kararlarda sürekli bu temel standartları göz önünde bulunduracaktır.

1.1.1. Toplumsal Etik

Toplumsal değişimlerle birlikte etik anlayışı da değişmektedir. Dolayısıyla tarihin her döneminde filozoflar, ahlak ve etikle ilgili farklı teoriler ortaya atmışlardır. Kimi yaklaşımlar salt kişiler üzerinden hareketle bireyci, bir anlayış ortaya koymuş, kimi teorilerde toplumsal açıdan “iyi” kavramı ön plana çıkmıştır. Teorilerin bazıları din eksenliken, kimi filozoflarca dile getirilen yaklaşımlar dinden ve inanç sistemlerinden bağımsız değerlendirilmiştir. Örneğin ortaçağda etik, din olgusuyla birlikte anlaşılmaya çalışılmıştır. Etiği din etkisinden çıkarma arayışlarının ortaçağ sonrasına denk gelmesi tesadüf değildir. Günümüzde etik ve ahlak felsefesinin ayrınlığını savunan etikçilerin en önemlilerinden biri William Frankena’dır. Frankena etik ile ahlak felsefesini aynı şey olarak görür. Ona göre ahlak felsefesini yapan kişi, ahlakı ve ahlaksal sorunları konu edinen, bunun sonucu olarak da etik olarak adlandırılan etkinliği gerçekleştiren ve etik bilgi ortaya koyan kişidir (Tepe, 1992: 16). Öte yandan Tepe, bu düşünceye karşı çıkmaktadır. Tepe, etik ve ahlak felsefesine ilişkin ayrımı şu sözlerle ifade etmektedir:

“...Ahlak felsefesi, bu türden ahlaklar üzerinde bilgi ortaya koymaya çalışan bir etkinlik, bir bilgi dalı görünümündedir. Etik ise ilişkin olduğu alanla ilgili, alanın yapısının izin verdiği kadarıyla doğru

ve kesin bilgilere ulaşmaya çalışır. Bilgiler toplumdaki topluma değişmesi söz konusu olan şeyler değildir; olsa olsa ilişkin oldukları şeylerin yapısına bağlı olarak, kesinliklerindeki farklılıktan söz edilebilir (Tepe, 1992: 5, 6).”

Alver’in Etik ve ahlak arasındaki ayrımına ilişkin yaklaşımı ise şu şekildedir: Ahlak, belirli bir toplumda yaşayan bireyler tarafından kabul edilen toplumsal pratik için eylem normlarıyken, etik; bu teamüller ve normlar üzerindeki uğraşmayı ifade etmektedir (Alver, 2007: 255).

Etiği, hukuk ve ahlak konularından bağımsız düşünmek mümkün değildir. Toplumların davranışları üzerinde birebir etki sahibi kanun ve yasalar, dolayısıyla onları şekillendiren hukuk normları etikle ilişkilidir. Toplum için şekillenen kuralların etikle mutlak paralellik göstermesi beklenemez. Tarihsel olarak bakıldığında da bugün de hukuk, siyaset, din ile etik arasındaki bağlantı pozitif sonuçlar vermemektedir. Resnik bu durumu şöyle açıklamaktadır:

“Bütün davranış standartlarını “etik” olarak adlandıramayız. Bu bakımdan etik ve hukuk, siyaset, din gibi diğer toplumsal normlar arasında bir ayrım yapmak son derece önemlidir. Etiğin hukukla aynı şey olmamasının birkaç nedeni vardır. Öncelikle, yasal olmayan bazı davranışlar etiğe aykırı olmayabilir. Hız yapmak yasalara aykırıdır fakat birini acil olarak hastaneye yetiştirmek için hız limitini aşmak etik bir sorumluluk olabilir (Resnik, 2004: 32).”

Toplumunu şekillendiren birçok unsur ahlak felsefesiyle ilişkilidir. Hukukun ortaya koyduğu değerler etik ve ahlak normlarını da gözetmektedir. Durkheim, ahlakı doğrudan hukuk kavramıyla özdeşleştirmiştir. Ahlak felsefesinin ortaya koyduğu kurallar ise iki kısımda incelenmiştir. Durkheim ahlakı, kendi benliğimizde yer alan duygularla ilişkili olan ve toplumsal nitelik taşıyan kurallar olarak incelemiştir. Ahlak felsefesi ya da etik, hem bireysel hem de toplumsal boyutlarıyla incelendiğinde ortaya “vicdan” yaklaşımı çıkmaktadır. Bir grubun ahlakı o grupta yer alan bireylerin insan olma özelliğinden beslenmektedir (Durkheim, 1949: 8).

Toplumların etik değerleri yasalarla birleşerek güçlü bir mekanizma oluşturur. Yani ahlak, etik ve yazılı kanunlar gibi toplum üzerinde baskı sahibi değer ölçütleri, düzenin sağlanmasında etki sahibidir.

Etik üzerine çalışan kimi felsefeciler, toplumların değişmesine bağlı olarak etik kavramının da değiştiğine dikkat çeker. Etik toplumsal yaşamın kavrayıcısı olmakla birlikte, ahlak felsefesini tanımlayan sembol ve değerlerin içeriğindeki bir takım farklılıklar toplumsal etik anlayışının farklılığından kaynaklanması olarak gösterilmiştir. Örneğin eski Yunan dilinde kullanılan adalet (justice) kavramının diğer dillerdeki karşılığının Yunancadaki tarifine yaklaşmaması toplumsal algılardaki farklılığın belirtisi olarak adlandırılır. Etik kavramı, ne matematik bilimindeki genel geçer ifadelerle ne de bir takım bağlaçlarla aynı sınıflama içinde yer alabilir. Çünkü etik, toplumlar üzerindeki etkisi bağlamında farklı derinliklerde anlam yükünü bünyesinde barındırmaktadır (MacIntyre, 2001: 6).

Genel itibarla toplumsal ahlak birey ahlakına oranla daha katı görünür. İnsanlar kendi ahlakını toplumsal normlar ölçüsünde şekillendirir ancak bunu yaparken çoğu zaman toplumsal genel geçerler ile çelişir. Selsam bu çelişkinin toplumsal etiğini ilerleyişine katkı sağladığı görüşündedir.

“Nasıl bireyin şimdiki yaşamının ötesine ulaşan ve ona karşıt düşen bir ülküsü olmaksızın hiçbir ahlak olamazsa, aynı biçimde böyle bireysel erekler ve istemler ile büyük ve küçük grup kuralları arasındaki çelişki olmaksızın da önemli ve geçerli “toplumsal” ahlak da olamaz (Selsam, 1995: 14, 15).”

1.1.2. Meslek Etiği

Etik belli standartlar üzerinden şekillenen değerlerdir. Dolayısıyla bu değerlerin var olabilmesi için kimi felsefeciler tarafından teleolojik etiğin yararçı unsuru gözetilmektedir.¹ Mesleki standartlar, bir mesleğin hizmetleri ve yararları için kalite kontrol mekanizması görevini görürler ve halkın o mesleğe güvenini sağlarlar. Yasaların ya da çoğunluğun kabul ettiği ahlak standartlarını ihmal etmeyi

¹ Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için William James’in Faydacılık isimli kitabına ya da John Stuart Mill’in Utilitarist ahlak anlayışına bakılabilir.

gerektirmeyen mesleki davranışları yönetmede ahlak ve hukuk standartlarının bir rolü olmalıdır. Ahlak normları profesyonellerin etik standartları birbiriyle veya başka davranış standartlarıyla çatışmaya girdiğinde onlara kılavuzluk ederler (Resnik, 2004: 58).

Her türden toplumsal eylemin kendine özgü ahlak disiplini vardır. Bir bütünü oluşturan parçalar, bütünün devamlılığını sağlamak adına kendine biçilmiş ödevi ya da görevi yerine getirmekle yükümlüdür. Bu arada bireyin ve onun oluşturduğu bütünün çıkarları arasında farklılıklar görülmektedir. Bireyin kendi ekseninde geliştirdiği bakış, kendini ilgilendiren temel değerlerin varlığını kavramasına olanak sağlamayabilir. İşte bu noktada kişiyi genel gerçekleri hatırlatmaya ve uymaya zorlayan bir disiplin ortaya çıkar. Bu disiplin ahlaktır.

Ahlak disiplini bireye, kolektif çıkarlara zarar getirmemek ve mensup olduğu toplumu bozmamak için yapması gereken şeyleri emreden kurallar toplamıdır. Ahlakın bireyden üstün duruşunun altında yatan gerçek yaratandan gelen kanun gibi algılanması ve grubun (mesleğin, örgütün) büyüklüğü hangi ölçüde olursa olsun düzenin önemli olduğu varsayımdır (Durkheim, 1949: 26).

Meslek etiğinde özdenetim kavramı, kuralların işleyişi bakımından önem taşımaktadır. Çünkü basın özgürlüğü, görev, sorumluluk ve basının işlevleri gibi kavramlar özdenetimin altyapısını oluşturmaktadır. Etik temel olarak iyi ile kötünün ayrımını ortaya koymakla birlikte en iyiyi de özendirir. Mesleklerde en iyiye yönelim Platon'un "iyi" kavramına bakışında şu şekilde hayat bulur. Platon'a göre iyi mutluluktur, mutluluk ise herkesin sahip olmak istediği bir şeydir. Platon bu sorunsalı değerlendirirken bireyi değil toplumu göz önünde bulundurur. Platon iyiye ulaşmada yalnızca uzmanlığın değil, iyiyi hedeflemenin de önemli olduğunu vurgular (Arat, 1996: 23, 24).

Ahlaklılık, erdemlilik ve iyiye yönelim her zaman bir grubun eseridir. Yani meslek örgütleri koruyucu olduğu müddetçe ahlak felsefesi yürürlükte kalabilir. Ahlak kişiyi ve kişileri belli şekillerde hareket etmeye zorlayan kurallar bütünüdür. Dolayısıyla tüm grubu içine alan bu değerler bütünü kamu kudreti olarak nitelendirilebilir. Kamu kudretini tek tek bireylerin yerine bir takım organlar

kendince şekillendirerek yeni bir örgütsel etik kurallar bütünü oluşturur. Mesleklerin işlevlerine göre ayrılmaları etiğin de çok parçacıklı bir yapı arz etmesine neden olur (Durkheim, 1949: 15, 16). Durkheim'in dikkat çektiği bu nokta aslında mesleklerin kendi iç dinamikleri nedeniyle karşılaştıkları sorunlara işaret etmektedir. Yani her meslek grubunun etiğini oluşturan unsurlar o mesleğin genetik özelliklerinden beslenir. Mesleklerin etiklerindeki bu farklılıklar etik bilgideki ortaklığın ihmal edildiği düşüncesini ortaya çıkarmıştır (Tepe, 2000: 124).

Meslek etiği şüphesiz iletişim, tıp, hukuk gibi alanları ifade etmektedir. İnsanlığın ilk dönemlerinden bu yana önemle üzerinde durulan meslek etiğinin iletişim boyutu İngiliz ve Amerikan kaynaklı basın özgürlüğü söylemlerinin ortaya çıktığı dönemlerde gündeme gelmiştir. İletişim etiğinde hedef basın özgürlüğünün korunması temelinde, doğru, dürüst habercilik yapmaktır.

İletişim etiği gazete, televizyon, radyo, dergi, haber ajansları ve internet gibi kitle iletişim araçlarını kapsamaktadır. Bir başka deyişle iletişim etiği, bu kurumlarda çalışan kişilerin uymak zorunda oldukları meslek etiğini ifade eder. İletişim etiği kamusal düzenlemelerin yanı sıra meslek içi profesyonellerin kendi özdenetim mekanizmalarıyla geliştirdikleri kuralları uygulamaları yoluyla sağlanır. Birçok ülkede hem gazetecilik yapan kitle iletişim araçları, hem de yayıncılık yapan kurumlar kendi etik kurallarını oluşturmuştur. Avustralya, Macaristan, Kanada, Kolombiya, Mısır, Finlandiya, Jamaika, İrlanda, Fransa, Hindistan, Endonezya, Yeni Zelanda, Nikaragua, Nijerya, Norveç, İsveç, İsviçre, İngiltere, ABD ve Veneziuela buna örnek olarak gösterilebilir (Tokgöz, 1994: 123).

İletişim etiğinde kuralların belirlenmesi için kullanılan yöntemleri şu maddelerle ifade edilmektedir:

- A. Kamu tarafından konulan kurallar; Gazetecilik Yasası, Basın Ahlak Yasası, Gazetecinin Hakları ve Sorumlulukları Bildirgesi, Meslek Sorumlulukları Kuralları, Şeref Yasası. (Etik kuralları kamu tarafından belirlenen ülkelere Kamerun, İtalya, Madagaskar ve Sri Lanka örnek gösterilebilir.)

B. Bazı ülkelerde ise etik kurallar mesleğin kendisi tarafından belirlenmektedir.

C. Japonya, Pakistan, Birmanya, Danimarka, Şili gibi ülkelerde gazete sahipleri ya da yayıncıları tarafından oluşturulan mesleki dernekler basın çalışanlarının uyması zorunlu etik kuralları saptamıştır.

D. İsveç, Lübnan, Avusturya, İsrail, Belçika, Güney Kore gibi ülkelerde etik kuralları gazeteciler ve yayıncılar ortak çalışmaları sonucu yaşama geçirmişlerdir.

E. Amerika ve Kanada gibi ülkelerde etik ve davranış kuralları toplu iş sözleşmelerine maddeler olarak eklenmiştir (Bülbül, 2000: 5, 6).

Öte yandan etik sorunun tanımlanmasında ise; haberde doğruluk, nesnellik, özel yaşama müdahale, haber kaynaklarıyla ilişkiler, haber reklâm ayrımı, kişilik haklarına saldırı ve eleştiri sınırı, çıkar çatışmaları, trajik olaylar ile çocuklara ilişkin haberler, yanıltıcı haber toplama yöntemleri, armağanlar ve bedava geziler, paralı habercilik ve şiddet, terörizm ve savaş gibi temel başlıklar kullanılmaktadır (İrvan, 2004: 5).

Toplumsal girişimlerin benimsediği ahlaki kurallar bütünü içerik bakımından belirli meslekler üzerinde farklılık ve hatta zıtlık gösterebilir (Durkheim, 1949: 9). Toplumsal yaşamın devamlılığı, mesleklerin yararlılık esasına göre oluşturduğu kıstasların standartları ilk çağlara kadar uzar. Meslek etiği, etik kuralların suiistimale en açık dallarında daha hızlı gelişmiş ve şekillenmiştir.

Meslek grupları ve bu grubun üyeleri olan çalışanlar, mesleğin gereklerini yerine getirme sürecini belli kurallar ışığında gerçekleştirmektedir. Bu kuralların sistematikleşmiş en eski örneği tıbbın babası olarak gösterilen Yunanlı Hipokrat'ın bugün de tüm dünyada geçerliliğini korumakta olan "Hipokrat Yemini"dir. Bu sürecin devamında ise yine çeşitli meslek alanlarında sistematik düzene yönelik çalışmalar ortaya atılmıştır. Bugünkü anlamıyla basının temel ilkelerini oluşturan kurallar ise sistematik anlamda ilk olarak Emile Durkheim tarafından ortaya

atılmıştır. Durkheim “Meslek Ahlakı” isimli eseriyle etik ve ahlak konularında bugün de kaynak niteliğini taşıyan disiplini oluşturmuştur.

Basın tarihindeki ilk yazılı basın ahlak yasası ise 1900’lerin başında İsveç’te kaleme alınmıştır. Fazla benimsenmeyen bu yasanın ortaya çıkışından yaklaşık 15 yıl sonra 1916’da, bugün bilinen İsveç Basın Ahlak Yasası oluşturulmuştur. Söz konusu yasa 1923, 1953, 1969 ve 1974 yıllarında gözden geçirilerek değiştirilmiştir. Bu basın ahlak yasası hem yazılı basına, hem radyo televizyon çalışanlarına hem de reklâmcılık sektörüne hitap etmektedir (Girgin, 2003: 195). Gazetecilik etiğinin kuramsal temele dayandırılmasına yönelik ilk çabaların adresi ise ABD’dir. Gazeteciler biçimsel etik kuramlarını ilk olarak 1910 yılında Kansas’ta geliştirilen profesyonel saygı kodeksi ile kullanmaya başlamıştır (Alver, 2007: 256).

Yalnızca tıp ya da iletişimin alanlarında değil, sanat, siyaset ve farklı bilim dallarında da etik kavrayışlar söz konusudur. Kavramın kökeninin eski olmasına rağmen mesleklerle bağıntılı biçimde yorumlanması daha yeni sayılabilir. Her mesleğin kendi dinamiklerinin varlığı, kavramın örgütlenmeler içindeki şekillenmesine etki etmiştir. Doğu ve batı toplumlarını etiğe ve etik disiplinlere yönelten tarihsel perspektifler gelişmiştir. Bunlar kimi zaman toplumların sosyo-ekonomik durumlarına, kimi zaman ise siyasal gelişmelere bağlı olarak gerçekleşmiştir.

Etiğin toplumsal yaşamın içinde olduğu gibi meslek yapılanmalarında da önem taşıdığı gerçeği yalnızca bugüne değil, ilk çağ filozoflarının söylemlerine de yansımıştır. Sokrates ve öğrencisi Platon’da etik kaygılar her daim var olmuştur. Onlar geneli bilmenin “iyi”ye ulaşmada öncülük edeceğini savunmuştur (Ana Britanica, 1986: 340). Böylelikle “iyi” hayatın her alanında – belirli iş kollarında çalışanların da dâhil – doğru davranış sergilemenin kaynağı olmuştur. Bu temel anlayış Selçuklu ve Osmanlı’da da hâkimdir. Anadolu Selçuklu Devleti yıkıldığında sosyal düzeni sağlamak için kurulan Ahilik örgütü, Osmanlı Devleti’nin kuruluşunda önemli bir rol sahibidir. Kardeşlik anlamına gelen “fütüvvet” adını taşıyan bu yapılanma sayesinde Ahi Reisler² çok sıkı ahlaki disipline sahiplerdi. Bu örgütün

² Osmanlı Devleti’nde Ahilik kurumunun en tepesinde bulunan kişilere Ahi (kardeş) Reisi adı verilirdi. Bu kimselere Ahiyan-el Fityan da (Kardeş Yiğitler) denirdi.

esasý yardýmlařma ve topluluk dýzenini korumaktý. Alýřveriřte dýr¼stl¼kten ¼d¼n vermezlerdi. Ahilerin d¼rt temel prensibi vardý: G¼çl¼ ve ¼st¼n durumdayken affetmek, kýzginken yumuřak davranmak, d¼řmana iyilik etmek, kendisi muhtaç durumdayken bile bařkasýna vermek. Ahilik daha çok esnaf ¼rg¼tleri arasında yayýlmýřtı. Bu davranýř disiplini esnafların etik ilkelere baęlılıęının bir g¼stergesiydi.

1.2. ETİK'TE KURAMSAL YAKLAşIMLAR

Felsefenin alt dalý olan etik, Normatif Etik ve Normatif Olmayan Etik olarak iki ana grupta incelenmektedir. Bu b¼l¼mde, medyayla da doğrudan bağlantılı olan ve erdemli yaşamın nasıl olması gerektiğini anlatan Normatif Etik t¼rlerine tarihsel olarak yer verilmektedir.

1.2.1. İlk ağ'dan Aydınlanmaya Normatif Etik

Etik, baęýmsýz bir felsefe disiplini olarak ilk Aristoteles ile bařlatýlıyor olsa da, Platon ve onun hocasý Sokrates'in de etik kaygýlarla hareket ettięi bilim d¼nyasınca kabul g¼rmektedir. ¼te yandan ilkçaę filozoflarının tamamına yakını mutluluk ahlaký ¼zerinden hareket etmiř ve mutluluęa g¼t¼ren eylemleri ¼zg¼n bakýř açılarıyla sistematik hale getirmiřtir. Eudaimonist etikilerin kimi mutluluęu iyiye, kimiye hazza baęlı bir olgu olarak ele almýřtır (Erdem, 2003: 42). Ortaçaę sonrasında ise g¼revci ve yararçı bařta olmak ¼zere çeřitli ahlaki disiplinler ortaya ıkmýřtır. Dolayısıyla ilk olarak mutluluk ahlakının ¼ne çıkan isimlerine, ortaçaę ve yeni d¼nem etikilere ayrı ayrı bakılması gerekmektedir.

Sokrates'in iyi ve erdeme bakýřý d¼nemin d¼ř¼n¼rlerinden biraz farklıdır. Dine ve geleneklere dayalı "iyi" d¼ř¼ncesinden akıl merkezli bir anlayýřa y¼nelen Sokrates, en y¼ce iyiye ulařmanın yolu olarak bilgelięi hedef g¼stermektedir. Ona g¼re erdemlerin t¼m¼ bilgelięe dayanmakta, bilgi insaný doęru eylemlere, bilgisizlik ise yanlıř eylemlere g¼t¼rmektedir. Bu nedenle Sokrates'e g¼re, ahlaki eylemlerin kaynaęı bilgi, bilginin kaynaęı ise iyidir (Arat, 1996: 19). Yani Sokrates insanlara yařam řekillerini belirlemede bir takım temel yaklařýmlar sunmak yerine, hayatý sorgulayarak erdeme ulařmanın yolunu g¼stermektedir.

Sokrates, dindarlık nedir? Cesaret nedir? Adalet nedir? (MacIntyre, 2001: 25) Gibi sorular üzerinden hareketle etik yaklaşımını temellendirmiştir. İnsanı ahlaki erdemliliğe götüren davranışlar ise belli bilgi formlarıdır. MacIntyre, Sokrates'in etiğe bakışına ilişkin Aristoteles'ten yaptığı alıntı dikkat çekicidir: "O tüm ahlaki erdemlerin bilgi formları olduğuna inanıyordu; şöyle ki, adaletin ne olduğunu bildiğimizde, bundan çıkan sonuç adil olacağımızdı."

Sokrates "erdem bilgidir" söylemini desteklemek için "hiç kimse bilerek ya da isteyerek hata yapmaz" düşüncesini ortaya atmıştır. Ona göre hoş ve yaşamı acısız kılan her şey güzeldir. Her güzel iş de iyi ve yararlıdır. Erdemli olmak bilge olmak demektir. Bilgiyi ve bilimin gösterdiği yolu izleyen insan "iyi ve mutlu" olur. Öyleyse mutluluğu erdemlilik sağlar. Dolayısıyla mutluluk ahlaklılık demektir (Arat, 1996: 19).

İlk dönem filozofların en önemlilerinden Platon da tıpkı hocası Sokrates gibi erdeme ilişkin yaklaşımlarını "mutluluk" ekseninde geliştirmiştir. Yani Platon'un etiği "mutlulukçuluk" kavramıyla tarif edilebilir. Platon çalışmalarında daima insanları mutluluğa götürecek eylemler ve yaşama biçimlerini olumlamıştır. Platon'un etiği mutluluk olduğuna göre, insanları bu hedefe ulaştıracak yegâne unsur "iyi"dir. Platon iyiye sahip olmanın herkesçe talep edilen bir kaygı olduğuna dikkat çekmiştir. İnsanları iyiye götüren erdemli davranışlar aynı zamanda evrendeki uyumu ve düzenliliği tarif etmektedir. Kötülük ise düzen ve uyumun bozulmasıdır (Arat, 1996: 20).

Platon'u diğer sofistlerden ayıran temel unsur, erdemlilik sorgusuna ilişkin yaklaşımıdır. O geliştirdiği tutarlı ve eksiksiz erdem anlayışı ile düşüncelerini şehir devletlerine egemen anlayıştan azami düzeyde uzaklaştırmıştır (MacIntyre, 2001: 198, 199, 200). Platon, gerçeğin bilgisine ulaşmanın yolu olarak genele ulaşmanın gerekliliğine dikkat çekmiştir. Ona göre bu yolla "iyi" olana ulaşmak mümkün olabilecektir. Platon'a göre herkeste bulunan iyinin bilgisine ulaşmak en temel sorun olarak görünüyordu. Fakat buradaki asıl sorun ise nesnel bir iyinin varlığına ulaşılmasına rağmen herkesin aynı düzeyde iyi olamayacağıdır. Bu nedenle Platon; "iyiye ulaşmak için herkes üzerine düşeni yapmalı" düşüncesinden hareket etmiştir.

Yine Platon'a göre bu ifade adalet kavramını ortaya çıkarmaktaydı. Dolayısıyla, us, duygu ve istek arasındaki uyum asli hedef olan mutluluğa insanı taşıyacaktı. Platon'a göre, bilgelik, yiğitlik, ölçülülük ve adalet dört temel fazilet öğelerini oluşturmaktaydı. Bunların içindeyse "adalet" en yüksek fazilettir (Erdem, 2003: 43).

Kimi araştırmacılar etik felsefenin Aristoteles'le başladığını savunur. Bu görüş bilim çevrelerince de büyük ölçüde kabul görmüştür. Aristoteles hocası Platon ve Sokrates'ten farklı olarak erdemli yaşamının hem bireyler hem de toplumlar için iyi olduğu görüşünü savunmaktaydı. Ona göre asli hedef "mutluluk" idi. Aristoteles, iyi olana ulaşmanın yollarını ararken mutluluğu varılması gereken yol olarak göstermiştir. Aristoteles'e göre iyi insana özgü iyiliktir. İnsanı ahlaka götüren iyi yalnızca insani nitelik taşıyordu. İyi insanı mutluluğa taşıyordu ancak bu anlık bir mutluluk olarak tanımlanamazdı. Yani Aristoteles'e göre ulaşılması gereken mutluluk anlık duygular değil, yaşamın tamamına erişebilen bir unsurdur. Aristoteles'e göre insanı mutluluğa götüren dört ilke bulunmaktadır, bunlar; haz, zenginlik, onur ve kuramsal yaşamdır (Arat, 1996: 25).

Aristoteles, erdemli olmayı bilgelikle şartlı hale getiren Sokrates'in bu yaklaşımını "Eudemos'a Etik" adlı eserinde eleştirmiştir. Bilimi nesnelere doğasını bilmekle özdeşleştiren Aristoteles, bu durumun sağlayacağı yararın kaçınılmaz olacağından söz etmiştir. Yani Aristoteles'e göre bilimlerin bilgisine erişmek yeterli değil, onu yaşamak önemlidir. Aristoteles bu konuda şöyle söylemektedir: "... Güzel şeylerin her birini bilmek kuşkusuz güzel şey ama erdemle ilgili olarak, onun ne olduğunu bilmek değil, erdemle ilgili olarak oluştuğunu bilmek en önemli şey. Çünkü bizim istediğimiz erdemle ilgili olarak ne olduğunu bilmek değil, erdemli olmak; adaletin ne olduğunu bilmek değil adil olmak; tıpkı sağlıklı olmanın ne olduğunu bilmekten çok sağlıklı olmak istememiz ve zindeliğin ne olduğunu bilmekten çok zinde olmak istememiz gibi (Aristoteles, 1999: 26, 27)."

Aristoteles etiği bugünkü iletişim çalışmalarında denge unsuru olarak kabul edilmektedir. Görevci ve yararcı etiği dengeleyen bu bakış 'altın denge' ya da 'orta yol' olarak kabul edilmektedir. Buna göre her olay, ilkeler ve olası sonuçları

açısından değerlendirilerek toplumsal kararlar pekâlâ şekillendirilebilmektedir (İrvan, 2004: 3).

Ortaçağ yeni bir toplumsal düzenin ve dünya anlayışının inşa edildiği bir dönemdir. Bu dönemde din temel belirleyici durumdadır. Din eksenli kurumsallaşma diğer alanları olduğu gibi etik alanı da etkiler. Dolayısıyla bu çağda etik, sosyal, siyasal ve kültürel yaşam alanlarına ancak kilise tekelinde etki edebilme gücüne sahiptir. Ortaçağın dinden beslenen felsefi akımları etiğin bağımsız düşünülmesine imkân tanımamaktadır. Bu geleneğin yıkılmasından sonra ortaya çıkan akımlar, etiğin farklı alanlarla ilişkisinin geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Örneğin iyi kavramını yararlılık şartıyla değerlendiren Francis Bacon, iyiliği bireysel ve toplumsal olarak ikiye ayırmıştır. Toplumsal iyinin öncelik taşıdığı görüşündeki Bacon, gerçek erdeme ulaşmanın yolu olarak da toplumsal yararlılığı bulunan eylemleri göstermiştir (Akarsu, 1982: 120, 121). Bacon'dan sonra gelen Thomas Hobbes ve John Locke da bu bakıştan yararlanmıştır.

Hobbes, tıpkı ilkçağ filozofları gibi insan doğasından yola çıkan bir yaklaşım üzerinden etik anlayışına yöneldi. Hobbes etiği dinle temellendirmez aksine tüm insani eylemleri mutlak iyiye endeksler. Hobbes etik çözümlerinin temeline “herkesin herkesle savaşı” yaklaşımını koyar. Akarsu bu yaklaşımı şu şekilde özetlemiştir:

“İnsan doğadan bencildir ve onda egemen olan kendini koruma içgüdüsüdür. Doğadan bütün insanlar eşittir ve doğa herkese ve her şey üzerine eşit haklar vermiştir. Herkes elbette kendi iyi bulduğu şeyi ister, kendi çıkarı için çalışır, böylece çatışma durumuna girer. Ama böyle herkesin herkese karşı savaşı durumu tek kişiye yarar sağlamaz, çıkarını engeller ve kimse bu durumu iyi görmez. Dolayısıyla herkes bu durumdan kurtulmak ister (Akarsu, 1982: 122, 123)”

Etiği ilahiyattan arındırarak yeniden farklı bir yaklaşım geliştiren Hobbes'un ardından gelen Jocke da bu yaklaşıma sıkı sıkıya bağlı kalmıştır. Bu bağlılığa dikkat çeken MacIntyre, iki yaklaşım arasındaki farkı ise toplumsal düzen üzerinde

yoğunlaştırmıştır. Ona göre Locke ile Hobbes'u ayıran en büyük özellik Locke'un toplumsal düzenin sağlanması için mülkiyet hakkının olması gerekliliğiydi. Çünkü Locke'a göre toplumsal savaş engellenemez ve düzenin sağlanması için mülkiyet gereklidir.

Hobbes ve Locke'un tasvir ettiği doğa durumuna neredeyse taban tabana zıt bir bakış geliştiren isim ise Jean Jacques Rousseau oldu. Rousseau'ya göre insanlığın kökeninde soylu ve vahşi vardır. Bu iki unsurun mutlu biçimde yaşadığı görüşündeki Rousseau, mülkiyet kavramının ortaya çıkışını kırılma noktası olarak değerlendirmiştir. Toplumsal yaşamın değişmesi beraberinde toplumsal irade algısını da değiştirmiştir. Yani çoğunluğun iradesi azınlığın iradesini de temsil ettiğine göre ortak bir iyi olmalıdır. Dolayısıyla Rousseau'ya göre insan eğilimlerine göre değil, akla dayalı kararlar vermelidir. Rousseau bu şekilde davranmanın herkesin yararına olacağı görüşünü savunmaktadır (Ana Britanica, 1986, 1987, 1988: 342). Ahlak felsefesinde dönüm noktası olarak kabul edilen Immanuel Kant da bu görüşten etkilenmiştir.

Ortaçağ sonlarında İtalya'da başlayan kültürel canlanma insan olgusunu tıpkı ilkçağda olduğu gibi yeniden merkeze taşıdı. Avrupa'da yaşanan kültürel değişim etik tartışmalarda da kendisini gösterdi ve kuramsal düzeyde fikirler ortaya çıkmaya başladı. Avrupa siyasetindeki köklü değişim Niccolo Makyavel'in etik ve siyaset ilişkisi üzerinde duran çalışmalar yapmasıyla farklı bir boyut kazandı. Makyavel etiğinde temel olan sebepler değil sonuçlardır. Makyavel eylemlerin sonuçlarının hesaplanabilir olduğu yaklaşımından hareket ederek, dönemin siyasal ilişkiler ağını kitaplarında bu yöntemle çözümlenmeye çalışır. İlkçağ düşünürlerinin mirasçısı (MacIntyre, 2001: 145) olarak nitelendirilen Makyavel, insan davranışlarını yasalar tarafından ve bizzat faillerin genellikle bilincinde olmadığı yasalar tarafından yönetilen bir şey olarak ele alır. Makyavel etik ile siyasetin çok zaman bir arada ve kaynaşmış iki olgu olduğuna dikkat çeker. Yani Makyavel iki temel kavram üzerinde yoğunlaştırdığı çalışmalar ile etik ağırlıklı siyaset kuramlarının çokça tartışılacağı 17. yüzyıl çalışmalar için önemli bir taban hazırlamıştır. Makyavel'i bugünkü ününe kavuşturan ise günümüz medya uygulamalarına da kaynak gösterilen "başarıya giden

yolda her yol mubahtır” anlayışıdır. Makyavel’e yakıştırılan bu anlayış onun, düzenbaz, becerikli, ikiyüzlü, ahlaksız, hiçbir prensip tanımayan vicdansız politikacıları temsil eden bir sembol olarak görülmesine neden olmuştur. Dönemin İngiltere’inde şeytanı anlatan tabirler aynı zamanda Makyavel’i de ifade etmekteydi. Diğer taraftan Makyavel’e yönelik bu ağır eleştirilere rağmen onun siyasal düşüncesinin odak noktasını İtalyan birliğinin sağlanması fikrinin oluşturduğu da (Yeke, 2007: 71, 72–85) savunulmaktadır.

1.2.2. Etikte Yeni Dönem: Immanuel Kant

Immanuel Kant, etik tarihinde çok önemli bir yere sahiptir. Aydınlanma Avrupa’sının en önemli temsilcilerinden biri ve hatta vitrini olarak görülen Kant, etik adına kendisinden sonra gelenleri de büyük ölçüde etkileyecek bir bakış açısı geliştirmiştir. Kant, insanlığın 3 temel buyruğunu; basiret, beceri ve ahlak olarak sıralamaktadır. Ahlaksal buyruk eylemin kendinde ve kendi içinde olanı ifade etmektedir. Yani ahlaki zorunluluk varsayımsal değil, kesindir. Ahlaki zorunluluk özgür eylemin mutlak iyiliğinden kaynaklanmaktadır (Kant, 1994: 32, 33).

Kant’a göre etik ya da ahlak öğretisi, “özgürlüğün yasalarını konu eden bilgi dalıdır. Bunun da akılsal ve deneysel olmak üzere iki dalı vardır. Kant, deneysel alana Pratik Antropoloji, akılsal alana ise Ahlak der (Bradley’den aktaran: Tepe, 1992: 9).

İlkçağın eudaimonist ahlak anlayışını tümüyle reddeden Kant, Görevci Ahlak Anlayışı’nı kurmuştur. Kant’a göre bu ahlak anlayışının öznesi insandır. Dolayısıyla insan kendi yasalarını kendi koyar ve bu yasalara uyması da insanın tam olarak özgür olduğunu göstermektedir. Ona göre ahlak yasasının kaynağı bizzat insanın kendisi olmakla birlikte, ahlaki değerlerin kaynağı ise insan aklıdır (Erdem, 2003: 46, 47).

Kant, kuramında insanı merkeze koymuştur. Her insanın başlı başına bir değer niteliği taşıdığı varsayımından hareket eden Kant’ın bu bakışı insanın araç değil amaç olduğu düşüncesiyle beslenir. Evrensel bir ahlak yasasının varlığına inanan Kant, bu sayede insanların da beklemediği bir güce sahip olacağını ve birey

olarak değer kazanacağı fikrini ortaya atar. Ahlak kurallarının kesin olması gerektiğini savunan Kant'a göre tüm insanlığı kapsayan bu yasa duygu ve arzulardan bağımsız ve tüm akıl sahibi varlıklar için geçerliliğini korumalıdır. Kant'ın ahlakında asıl olan eylemlerin kaynağı olan "istemdir." Bir eylemin ahlaklı olup olmadığını belirleyen şey, ahlak yasasındaki varlığıyla ilgilidir. Çünkü akıldan uzak ve duygu aracılığıyla istenen şeyler her ne kadar yasallık içerse de ahlaklılık içermeyecektir. Kant'a göre mutluluğu istemeye dayanan ilkelerince ahlaklılığa yol açması mümkün değildir. Ona göre en üstün iyi, ahlaklılıktır (Frankena'dan aktaran: Tepe, 1992: 10).

Kant'ın kurduğu bu ahlak anlayışı, günümüz medya çalışmalarında temel yaklaşımlardan birini temsil etmektedir.

1.2.3. Marksçı Ahlak Anlayışı

Bugünkü etik araştırmaları üzerinde de etkisi bulunan bu bakış Karl Marks'ın toplum yapısı ile ilgili düşüncelerinden beslenmektedir. "Evrimsel ahlak" olarak nitelendirilebilecek bu bakış açısı toplumsal sınıfların değerlendirilmesiyle oluşur. Yani Marksçı bakış, bu sınıfların tek tek ahlakının incelenmesi gerekliliğine dikkat çeker. Bu şekilde bir sınıfın ahlakı diğerinden bağımsızdır. Dolayısıyla genel bir ahlak anlayışından söz etmek mümkün değildir. Birebir etikle ilgilenmemesine rağmen Marks, maddeci tarih anlayışı içinde, etik kavramlarla birlikte bütün düşünsel oluşumları, altyapının belirlediği üstyapının bileşenleri olarak değerlendirir ve bunların, üretimin maddi koşullarına göre bir toplum biçiminden öbürüne değiştiğini öne sürer. Marks, ancak özel mülkiyetin kalkmasıyla insan doğasının değişebileceğini, böylece birey ile toplumun uyumu sağlanarak etinin başlıca sorununun çözülebileceğini savunur. Bununla birlikte Marksizm, toplumsal ilişkilerin oluşumunda ön plana çıkan ahlaki sorumluluk kavramını görmezden gelmez ancak bütüncül bir bakış açısı da geliştirmez (Schaff, 1966: 25-27).

Selsam, Karl Marks'ın toplumsal dönüşümün insanlık tarihine getirisine ilişkin savıyla ilgili olarak bir benzetme yapmaktadır. Selsam'ın bu kıyası toplumsal dönüşümün ahlaki boyutunu ortaya koymaktadır:

"Marks toplumun sosyalist dönüşümü ile insanın tarih öncesi çağının sona ereceğini ve gerçek insan tarihinin

başlayacağını söylemişti. Aynı şey ahlak için de söylenebilir. Sosyalizm halk yığınları için yalnızca geçmişini en iyi ahlak ülkelerini gerçekleştirmeye başlamanın fırsatını ortaya çıkarmaz. Aynı zamanda ve hatta daha da önemlisi, sınıflı toplumun bütün sınırlamalarından kurtulmuş, doğa ve insan yaşamı dünyasının bütün alanlarının artan bilgisi ve değerlendirilmesi ile zenginleşmiş yeni ahlak ülkeleri yaratmaya başlamanın da fırsatını ortaya çıkarır (Selsam, 1995: 34, 35).”

Eleştirel geleneğe göre tüm ahlaki kavramlar belli bir temele sahiptir ve her toplumun kendine özgü biçimlerinde farklılık göstermektedir. Bununla birlikte sosyalist ahlak ise tarihin her döneminde mümkün olan en yüksek ahlak olarak tanımlanmaktadır. Çünkü eleştirel bakış açısına göre bu ahlak, toplumu kapitalist sömürden kurtaracak sınıfın çıkarlarını temsil eden ahlaktır (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 40).

Erdoğan, Marksçı Ahlakın kıstasını şu alıntıyla aktarmaktadır. "Ahlaklı devlet, devletin üyeleri devletin bir organına veya hükümete karşı gelse bile, devletin görüşünü ikinci plana alır. Fakat bir organın kendini siyasal muhakemenin ve siyasal erdemın tek ve biricik sahibi olarak düşündüğü bir toplum, kökeninde halka karşı olan ve dolayısıyla onların karşıtlığının evrensel olmasını normal düşüncesini bir hizipçinin kötü vicdanı sayan bir hükümet, niyet yasalarını oç yasalarını icat eder. Niyet yasaları vefasızlığa ve etik olmayan materyalist devlet anlayışına dayanır. Bu yasalar kötü vicdanın düşüncesiz bir protestosudur (Marks'tan Aktaran Erdoğan, 2006: 2).”

1.2.4. John Stuart Mill ve Faydacılık

Ortaçağda ahlaki iyinin kaynağı dine dayandırılırken Rönesans'la birlikte ahlak, dini esaslardan uzaklaştırılır. Çok daha eski dönemlere ait bir anlayış olan Faydacılık akımı ise Rönesans'la birlikte güçlenmeye başlar (Erdem, 2003: 44).

Faydacılığın kökleri ahlaki iyiyi faydayla özdeşleştiren David Hume'a kadar uzanmaktadır. Jeremy Bentham ve John Stuart Mill'in güçlendirdiği bu akım, 18. yüzyılın ikinci yarısında sonra etkisini gösterir. Bu görüşe göre; bir eylem yarar

ilkesine uyduğu ve en yüksek sayıda insanın en yüksek derecede mutluluğuna katkı yaptığı sürece ahlaki bakımdan doğru olarak kabul edilmektedir (Cevizci, 2003: 419).

Mill'e göre bütün canlılar hazzıya yönelmektedir. İnsanın hazzı sürekli kılabilmesi için ise ahlaka ihtiyacı vardır. Ahlak ise insan fiillerine ait faydanın hesabıdır. Buna göre bir iş de faydası ölçüsünce iyi veya kötüdür. Bu noktada iyi niyetin, samimiyetin veya arzunun hiçbir önemi yoktur; dikkate alınması gereken tek unsur faydadır (Erdem, 2003: 45).

Bugünün gazetecilik uygulamaları açısından kolay uygulanabilir olarak görülen bu etik anlayış, katı kuralların bir kenara atılmasını, her olayın kendi kuralları içerisinde değerlendirilmesini, olası sonuçların önceden düşünülmesini ve kararların bu şekilde verilmesi gerektiğini istemektedir. Görevci etiğin karşıtı olarak görülen bu anlayış, amacın aracı haklılaştırabileceğini savunmaktadır (İrvan, 2004: 3).

1.3. HABER, ÖZGÜRLÜK VE ETİK

Etik kavramıyla ilgili yukarıda yapılan tanımlar ve yaklaşımlar gösteriyor ki, bu kavram insanla, toplumla iç içe olmakla birlikte, bireylerin karar verme sürecinde doğrudan belirleyici role sahiptir. Etik, hayatı şekillendirirken hukuki zorlamalar yöntemine değil, edinilmiş ve kabullenilmiş doğrulara işaret eder. Bu nedenle “iyi ve kötü”, “doğru ve yanlış” “haklı ve haksız” “yalan ve gerçek” gibi insan zihnini ve vicdanını kurcalayan bu zıtlıkların zihinsel süreçten geçirilmesinde doğrudan ve önemli bir rol oynayan etiğin mesleki boyutu da aynı düzeyde önem taşımaktadır. Gazetecilik mesleği bağlamında bakıldığında ise etik, gerek yazılı, gerek görsel basın kuruluşları ve habercilerin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir.

Etik kaygıların gazetecilik bağlamında ortaya çıkışı ticari gazeteciliğin ortaya çıktığı 19. yüzyılda başlamış ve teknolojik değişimlerle birlikte şekillenen habercilik anlayışının diğer kollarında da bugün halen tartışılmaktadır. Toplum içerisinde her mesleğin olduğu gibi haberciliğin de belirli işlev ve görevleri

bulunmaktadır. Mesleklerin özünde “toplum için yararlılık” esası yatmaktadır. Emile Durkheim Meslek Ahlakı kitabında bu durumu şu sözlerle açıklamaktadır.

“Hiçbir sosyal faaliyet şekli yoktur ki, kendine mahsus bir ahlak disiplinine gereksinim göstermesin. Gerçekten, geniş olsun, dar olsun, her sosyal grup bölümlerden kurulu bir bütündür. Böyle bir grubun tutunabilmesi için her bölümün, sanki yalnızmış, kendi bir bütün değilmiş gibi değil, aksine bütünün devamını sağlayacak şekilde davranması gerekir... ..Eğer kurallar, yapılacak işlerin kolektif gayelere uygun olması için tutulacak yolu göstermezse, ferdin toplum düşmanı olmasının, topluma karşı gelmesinin önüne geçilemez. Bu sebepten, her meslek faaliyetinin bir ahlakı olmaması imkânsızdır (Durkheim, 1949: 8).”

Basında etik kaygılar gazeteciliğin ortaya çıktığı dönemlerde kavramsal olarak dillendirilmese bile ilk yıllarından bu yana var olagelmiştir. Ancak gazetecilik tarihi normatif değerler açısından 19. yüzyılın ilk yarısında incelenmeye başlanmıştır. 20. yüzyıl ise gazetecilik okullarının kurulmaya başladığı ve meslek örgütlerinin şekillendiği dönemdir. Bu yüzden 19. ve 20. yüzyıldaki değişimler gazetecilik ve dolayısıyla medya etiği araştırmalarının zeminini oluşturmaktadır. Ancak, gazetecilerin görev ve yükümlülükleri ile toplumsal ahlak normlarının basın için şekillendirildiği sürece bakmadan önce gazeteciliğin kendi gelişim sürecine bağlı olarak geçirdiği evrelere bakmakta fayda var.

Gazeteciliğin toplumlarla birlikte yaşadığı dönüşümü incelerken, haber algısındaki değişim, siyasal sistemler, devletlerin kurumlar üzerindeki baskısı ve basının toplum üzerindeki etkileri birlikte ele alınmalıdır. Ancak hepsinden önce şu bir gerçek ki; her meslekte olduğu gibi basın alanında da özgün kurallar ve etik değerler bulunmaktadır. Bu kurallar birçok ülkede farklı yapılarda şekillenmektedir. Örneğin kimi ülkelerde devlet eliyle şekillenen kurallar, kimilerinde meslek kuruluşları, kimilerinde ise hem devlet hem de meslek kuruluşları tarafından belirlenmektedir. Basında etik değerlerinin oluşmasında özgürlük, sorumluluk, görev ve işlev unsurları temel olarak görüldüğüne göre etik değerler de bu temel başlıklar üzerinde şekillenmiştir. Basının toplumları yönlendirme gücü dikkate alındığında ise yukarıda sayılan ölçütlerin olumsuz anlamda kullanılışı daha çok göze çarpmaktadır. Basın endüstrisi mesajların hazırlandığı bir ortamdır ve her mesajın içeriği hileli

yönlendirmelere yol açabilme ihtimali taşır. Bu nedenle medya, toplum ve iktidar üçgeninde dengeleri sağlamak hep zor olagelmıştır.

Basın özgürlüğü medyada etik standartları oluşturmada önemli bir ön şarttır. İfade özgürlüğü ise Avrupa İnsan Hakları Bildirgesi'nin 10. maddesine göre tek bir şartla sınırlandırılabilir. Bu şart daha önemli başka bir amacın yerine getirilmesi ve toplumsal baskının yer aldığı konularda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla ifade özgürlüğü zorunlu haller dışında asla sınırlandırılmaz. Demek ki, basının işlevini doğru ve etkin bir şekilde yerine getirmesinde hayati öneme sahip kavram basın özgürlüğünün var olabilmesi için önce ifade özgürlüğünün olması şarttır. İfade özgürlüğünde bugün gelinen nokta ise kolay olmamıştır. Dolayısıyla basın özgürlüğünde erişilen seviyeyi irdelerken ifade özgürlüğünün yasalarla sabitlenmesi sürecini irdelemek gerekmektedir.

Basın özgürlüğü kavramı gazetelerin yaşadığı değişime paralel olarak 17. yüzyılda doğmuştur. İşte bu süreç dünyanın birçok ülkesinde basın ilkelerinin belirlenmesine ilişkin çok sayıda kıstasın oluşturulmasına zemin hazırlamıştır. Basın özgürlüğü, basın aracılığı ile düşüncelerin açıklanabileceği ve basının düşüncelerin açıklanmasında en önemli araçlardan olduğu düşünülürse fikir özgürlüğü ile yakından ilgilidir (Hatemi, 1976: 150). Bu anlamda basın özgürlüğü düşünce özgürlüğü ile birlikte düşünülmelidir. Basın özgürlüğünün sağlanmasında bilgilerin aktarılması kadar bilgiyi elde edecek ortamın sağlanması da önem taşımaktadır.

Avrupa açısından bakıldığında basın özgürlüğü için girişilen en uzun ve çetin kavganın başlangıç yeri İngiltere'dir. Bu kavga hızlı bir biçimde önce Amerika'ya ve ardından kıta Avrupa'sına yayıldı. Bu dönemde basın özgürlüğünün sağlanması için harcanan çabalar dönemin edebiyat eserlerine yansdı. Basın özgürlüğü mücadelesi 1694 yılında Matbaacılığı Düzenleme Yasası'nın süresinin dolması ile yeni bir ivme kazandı ve bu süreç ilk günlük gazete Daily Courant'ın 1702'de yayın hayatına başlamasına yol açtı. İlerleyen yıllar boyunca Avro-Amerikan devriminin temellerini oluşturan ve basın özgürlüğünde hayati öneme sahip gelişmeler yaşandı. Amerikan kolonilerinde Amerikan gazeteleri, broşürleri, yıllıkları ve takvimlerine konulmuş olan pul vergisi şiddetli muhalefetin ardından

kaldırıldı. Bu direniş bir yandan Londra'nın arka sokaklarında 1830'lara kadar yayınlanan mühürsüz gazeteler aracılığıyla devam ettirildi (Keane, 1999: 31 – 33).

Avrupa'da aydınlık çağ, John Locke tarafından başlatılan “özgür insan” mücadelesiyle belirli bir ivmeye ulaşmış olsa da, dönemin kültür dili olan Fransızca, özgürlük uğruna verilen savaşta Fransa'yı kilit bir noktaya taşır. Bununla birlikte İngiltere'de gelişen özgürlük kavramı Amerikan bağımsızlık savaşını tetikleyen unsur haline gelir. İngiltere'den doğan ve tüm dünyaya yayılan bu anlayış basının gelişimine tarihi katkılar sağlamakla beraber, günümüz gazetecilik anlayışının şekillenmesine de yardımcı olur. O dönemde ilk kez gündelik gazeteler kurulur, muhalefet gazeteciliği ortaya çıkar, gazetelerde ilanlar görülmeye başlanır, edebi gazetecilik anlayışı gelişir, Amerikan basını kurularak hızlı bir gelişim içerisine girer ve gazetelere damga resmi uygulaması başlatılır (Kızıl, 1998: 29, 30).

Avrupa'nın birçok ülkesinde siyasal sistemlerin dönüşümünden de etkilenir biçimde özgürlük mücadeleleri uzun yıllar devam eder. Siyasal sistemlerdeki dönüşümün en çarpıcı örneklerinden biri özellikle Fransız İhtilali gibi yalnızca bölgeyi değil, tüm dünyayı etkisine alan uluslararası boyutlu tarihi gelişmedir. Fransız İhtilali öncesinde insan eksenli özgürlük tartışmaları basını da içine alır biçimde şekillenir, haberleşme özgürlüğünün gelişmesine yol açacak girişimler ortaya çıkar. Fransız İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi, Fransız İhtilali'nin amaçlarını içeren bir özgürlük anlayışı ortaya koyarak insan hakları konusunda diğer ülkelere de rehberlik edecek bir kaynak niteliği taşımaktadır. Bildirgenin 10 ve 11. maddeleri, basın düşünce ve inanç özgürlüğüyle ilgili olarak şu esaslara yer vermektedir:

Madde 10: Hiç kimse, dinsel inançları dâhil inançlarından dolayı rahatsız edilemez; elverir ki bu inançların açıklanması yasa tarafından sağlanan kamu düzenini bozmasın.

Madde 11: Düşünce ve inançların başkalarına özgürce iletilmesi insanın en önemli haklarından biridir; her yurttaş özgürce konuşabilir, yayabilir ve bunları basıp yayabilir. Bu özgürlüğün kötüye kullanılmasından ancak yasaca belirlenen durumlarda sorumlu olur (Kızıl, 1998: 31, 32).

O yıllarda fikir özgürlüğünü ve dolayısıyla basın özgürlüğünü savunan kimi aydınlar, tıpkı Fransa'da olduğu gibi özgürlük fikrinin devletin var oluş sebebi ve işleyişine etki ettiğini söylemişlerdir. Hatta bazı aydınlar özgürlüklere yönelimi devletin imajına, etkin özelliklerine ve gücüne katkı sağlayacağı konusunda hem fikirdi. Örneğin Hegel basın özgürlüğünü İngilizleri güçlü yapan belli başlı etmenler arasında sayar. Voltaire özgür basını, halkın düşünmesine teşvik edici bir unsur olarak görür. Yine Montesquieu bir eserinde, özgür bir basın aracılığıyla yakınmanın ve homurdanmanın, İngiltere'nin despotizmin ağır ve sessiz korkusundan kurtulmasına yardımcı olduğu görüşünü belirtir (Keane, 1999: 47, 48).

1.3.1. Haber Olgusu ve Gazetecilik

Gazeteciliğin günümüze uzanan süreçte geçirdiği değişim ve dönüşümün çeşitli evrelerde gerçekleştiği bilinmektedir. Bunlardan en dikkat çeken şüphesiz matbaanın icadıdır. Matbaanın icadına kadar geçen dönemde yazının ve kâğıdın gelişim evreleri yaşanmıştır. Mağara döneminde insanlar birbirleri ile önce bir takım ilkel şekiller ve duvarlara kazıdıkları şekiller, ardından ise hiyeroglif³ adını taşıyan bir yazı sistemi ile anlaşmıştır.

Basım tekniğinin tarihçesi çok eski zamanlara uzanmaktadır. Elle yazma, kazıma ve oyma tekniği gibi birçok yöntemin Asyalılar tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Çin ve Eti uygarlıklarının müstakil harfler kullanarak baskı işlemini gerçekleştirdiği ortaya çıkmıştır. Hatta basım tekniğinin Uygur Türkleri tarafından kullanıldığı ve batıya taşındığı iddia edilmektedir (Oral, 1967: 14).

15. yüzyıla kadar geçen sürede kullanılan yöntemler gazeteciliğin temellerini oluştursa da matbaanın icadı gazeteciliğin yaygın ve etkin hale gelmesinde büyük rol sahibidir. Matbaayı bulan isim ise kuyumcu çırağı Alman Johan Gutenberg'tir. Gutenberg ilk eserin baskısını 1440 yılında gerçekleştirmiştir. Kimi kaynaklar Gutenberg'in matbaayı 1423'te (Oral, 1967: 14) bulduğunu ifade

³ Eski Mısırlıların kelimeleri yazmak için kullandıkları işaretlerden her biri. Hiyeroglif için eski Mısır yazısı da denir. Kutsal anlamına gelen bu adı eski Yunanlılar vermişlerdir. Daha sonra resim ve semboller kullanılan her çeşit yazıya hiyeroglif denilmiştir. Hiyeroglif karmaşık bir yazı sistemidir. Bu yazı anıtlar, taşlar ve mezarlar üzerine oyularak yazılıyordu. Daha sonra papirüs, tahta, toprak kap üzerine kamyş kalemle ve siyah mürekkeple yazılmaya başlandı ve daha kullanışlı hale getirildi. Hiyeroglif yazısını ilk kez 1882 yılında Fransız dilbilimci Champollion okumayı başardı.

etmektedir. Basım teknolojilerinde yaşanan bu devrim hem yazılı eserlerin daha çok okura ulaşması ve dolayısıyla toplumların yapılarında meydana getirdiği dönüşüm açısından büyük önem taşımaktadır. Nitekim gazetecilik de bu tarihten itibaren tarihi bir dönüşümün içine girmiştir. İlk gazete Roma'da Sezar döneminde çıkmış olsa da bugünkü anlamda ilk basılı gazete 17. yüzyılda Strasbourg ve Augsburg'da yayımlandı. Ancak onun öncesinde Avrupa'da gelişen el ilanları kültürü ilk gazetecilik deneyimi olarak yorumlanmaktadır. Bu dönemde yayınlanan ilanlar sanatçıların şarkıları eşliğinde dağıtılmaktaydı. İçeriklerine bakıldığında ise, yenilikleri içeren bilgiler, tarihsel olaylar, saraya ilişkin söylentiler ve güncel ilanlar dikkat çekmektedir (Alver, 2007: 28).

Gazeteciliğin asıl dönüşüm yaşadığı dönem ise 18. yüzyıl olarak değerlendirilebilir. Çünkü bu dönemde önce Fransız İhtilali ve ardından Amerika Birleşik Devletleri'nin özgürlük yolunda attığı adımlar, gazeteciliğin temel ihtiyacı olan özgürlük kavramına daha fazla önem verilmesiyle sonuçlanmıştır. Basın özgürlüğü tartışmaları, endüstri devrimiyle birlikte taşları yerine oturan gazetecilik anlayışının olgunlaşmasında büyük yarar sağlamıştır. Avrupa'nın ve Amerika'nın yaşadığı siyasi dönüşüm elbette dünyanın geri kalanını da etkisi altına almış, geç de olsa gazeteciliğin dönüşümü bu ülkelere de yansımıştır. Ancak hiç şüphe yok ki gazetecilik anlayışına etki eden en büyük gelişme, 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarında yaşanan olağanüstü değişimdir. Gazetecilik yapan kitle iletişim araçları 20. yüzyılla birlikte çeşitliliğini arttırmıştır.

Türkiye'de yayınlanan ilk gazete niteliğindeki Takvim-i Vakayı ise devlet eliyle çıkarıldığı için bir Resmi Gazete niteliğinde ve içerik açısından bugünkü bağımsız gazete yapılarından uzaktı. Dolayısıyla Osmanlı halkı asıl gazeteyle 1860 yılında dönemin önemli şair ve yazarlarından Şinasi ve Türk bağımsız fikir gazeteciliğinin imtiyaz sahipliği sıfatına sahip ilk gazetecisi Agâh Efendi tarafından çıkarılan Tercüman-ı Ahval aracılığıyla tanışmıştır. Şinasi tarafından Tercüman-ı Ahval'den ayrılarak 1861 yılında kurulan Tasvir-i Efkâr da Türk gazeteciliğinin ilk yıllarının mihenk taşlarından (Oral, 1967: 80 – 82).

A. Gazetecilik Yapan Kitle İletişim Araçları (Haber ve Haberci)

Gazete, gazetecilik ve basın kavramlarının alt yapısını oluşturan araç gazetenin kendisidir. Yani günümüzde çoğunlukla kullanılan basın kavramı ilk olarak gazete haberciliğine işaret etmektedir. Ancak 20. yüzyılda hızla gelişen teknoloji, gazetecilik algısını da değiştirmiştir. Önce radyonun ardından televizyonun icadıyla şekillenen yeni habercilik anlayışı basın, medya, gazeteci ve haberci gibi kavramların çeşitlenmesine neden olmuştur.

Günümüzde yazılı habercilik yapan araçlar yazılı basın, radyo ve televizyon gibi sonradan haberciliğe kayan araçlar sözlü ya da elektronik basın olarak adlandırılmaktadır. Radyo ve televizyonun ilk yıllarında “entertainment” yani eğlendirme işlevine eklenen “infoteinment” yani bilgilendirme olgusu yeni bir habercilik düzeni oluşturmuştur. 21. yüzyıla gelindiğinde ise bu yapılara bilgisayar ve internet teknolojisinin eklenmesiyle yepyeni bir habercilik yapısı ortaya çıkmıştır. İnternet haberciliği, habercilik olgusunun internet üzerinden yapılmasıdır. Esasen bu yapı iki şekilde incelenmektedir. İnternet haberciliği olarak adlandırılan yeni habercilik yapısı, gazetelerin internet ortamına taşınması yöntemiyle gerçekleştirilmektedir. 21. yüzyılın yeni gazetecilik anlayışı olarak karşımıza çıkan diğer yapı ise elektronik haberciliktir. Elektronik habercilik, gazeteciliğin yeni iletişim teknolojileri aracılığıyla gerçekleştirilmesi olarak nitelendirilebilir (Ayhan, 2007: 310).

Gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının taşıdığı bir takım özellikleri vardır. Gazeteciliğin ilk örneği olan gazeteler bugün dünyanın birçok ülkesinde farklı tekniklerle basılmaktadır. Tıpkı yeni iletişim teknolojilerinde olduğu gibi, gelişen ekonomik düzen ve teknik değişimler gazetelerin sahip oldukları mali güce paralel olarak gazetecilik yapan araçlara yansımaktadır. Dünyanın birçok ülkesinde çoğunlukla ofset baskı kullanılmakta, en gelişmiş basın aracı olarak görülen web ofset teknolojisi ekonomik imkânlar ölçüsünde gazeteler tarafından kullanılmaktadır. Radyolarda kimi zaman kayda alınmış sesler eşliğinde spikerler tarafından okunan haberler yer alırken, televizyonlarda yine spikerler tarafından görsel açıdan daha zengin materyaller kullanılır. Radyo, televizyon, gazete ve dergi ekonomik, yapısal

ve işleyiş olarak farklılıklar gösterse de hepsinin en önemli işlevlerinden biri haber vermektir. Televizyon ve radyonun eğlendirme işlevi ön plana çıksa da, tematik kanallar dışındaki kuruluşlarda bile haber televizyonu var eden en önemli unsurlardan biri olarak dikkat çekmektedir.

Gazete ve dergileri radyo ve televizyondan ayıran en önemli farklardan biri kalıcılığıdır. Gazete ve dergiler doğrudan göze hitap eden, elle tutulur ve saklanabilir özelliktedir. Hatta gazete ve dergilerin belge niteliği taşıdığı söylenebilir. Gazetelerde yer alan haberler televizyon ve radyoya oranla daha ayrıntılıdır. Gazeteler gün boyu elde edilen verileri daha derinlikli işlemekte ve geniş bir biçimde sunma avantajına sahiptir. Görsel ve sözlü basın araçlarında böyle bir avantaj söz konusu değildir. Televizyonu, radyoyu ve interneti avantajlı kılan en önemli unsur ise hızdır. Her ne kadar sözlü ve görsel basın yayıncılık açısından 24 saatle sınırlandırılmış olsa da mesajların aktarılmasında gazetelerdeki gibi okuma becerisine ihtiyaç yoktur. Mesajlar uçucudur fakat günün her saati hızlı ve ulaşılabilir niteliktedir (Tokgöz, 1994: 102 – 105).

Haber, genellikle olay veya olayların hikâyesi ve özeti şeklinde tanımlanabilir (Tokgöz, 1994: 187). Bir diğer tanımla haber, güncel ve toplumsal nitelikteki bir olayın gerçeğe uygun olarak yansıtılmasıdır. Yani haber toplumsal nitelikteki olayların uzman kişiler tarafından yeniden ve özet biçimde kaleme alınmasıdır. Tabii bu ele alış habercilik yapan kuruluşların temel görevi olan haberi objektiflik, yenilik ve gerçeklik ölçütleri içerisinde yapılandırmasını zorunlu kılar. Haberciliğin temel kıstasları olayların yeniden işlenmesi aşamasında anlam kazanmaktadır. Ancak belirli bir zaman aralığında gerçekleşen olayların haber olarak değer kazanıp kazanmayacağına karar vermek de yine habercinin görevidir. Çünkü toplumsallık taşıyan ancak haberleştirilmemiş olaylar Tokgöz'ün ifadesiyle "hayal" olmaktan öteye geçemezler. Olayların meydana geliş biçimleri de haberciler açısından önemlidir. Kimi olayları oluş anında takip etme olanağı varken, kimi olaylarda bu imkân yoktur. Yani bir açılış ya da konferans baştan sona takip edilebilir ancak kazalar ve kimi doğal afetlerde böyle bir şans yoktur. Dolayısıyla olayların yapısındaki çeşitlilik haberleştirme sürecini de doğrudan etkilemektedir.

Haberler taşıdıkları özellikleri, sunumu, içeriği ve yapısı dolayısıyla farklı başlıklar altında değerlendirilmektedir. Haber çeşitliliğini oluşturan etmenler arasında haberin yer aldığı kitle iletişim aracı etkilidir. Bu nedenle haber çeşitlerini belirlemede üç temel unsur üzerinden hareket edilebilir. Bunlardan başlıca olanı haberin yer aldığı kitle iletişim aracıdır. Yazılı, görsel ve elektronik basın kuruluşlarında hazırlanan haberlerin oluşturulma sürecinde kullanılan teknolojiler ve yayın\yayım türleri farklılık göstermektedir. Örneğin, gazete ve dergilerde yayımlanan haberlerin içeriği elektronik basına oranla daha zenginken, zaman ve mekân kavramlarına farklı bir boyut getiren görsel basın organları hız unsurunu kullanmada daha kabiliyetlidir.

Haberlerin ayırt edici yapılarından biri de nitelikleridir. Bu nedenle haberler niteliğine göre farklılık göstermektedir. Örneğin tek ve çok konulu haberler hazırlanış sürecinde yaşanan uğraşıya göre karmaşık ya da basit haber niteliği taşır. Cinayet, doğal afetler, hastalık, açılış ve toplantı türündeki haberler basit nitelik taşır ve uzmanlık alanı ihtiyacı yoktur. Bu haberler fazla yorumlamaya gitmeden yazılabilir. Ancak adli, siyasi içerikli, ekonomik ve hukuksal olaylar karmaşık haber grubunda değerlendirilir. Bu tür haberler ve özel araştırma gerektiren haberlerde uzmanlık gerekmektedir ve muhabir tarafından yorum unsuru kullanılmaktadır (Tokgöz, 1994: 196, 197).

Haberlerin sınıflanmasına yönelik çalışmalarda olay unsuru da ayrı bir başlıkta değerlendirilmektedir. Olayın içeriğine göre haberler, siyasi, ekonomi, magazin, adliye, spor, bilim, eğitim, yaşam, spor, adliye gibi konulara ayrılmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 68).

Gazeteci için haber serüveninin başlangıcı haberin toplanması aşamasıdır. Gazetecilikte asıl hedef haber unsurlarını çeşitli araçlarla toplamak ve işlemeye hazır hale getirmektir. Bu nedenle gazetecilik yapan kitle iletişim araçları haberin toplanması amacıyla birden fazla yöntem kullanmaktadır.

İyi bir muhabir öncelikle haberin yayımlanabilecek değerde olup olmadığını tayin etmelidir. Muhabir, her olayın “haber olayı” olmayabileceğini göz önünde bulundurmalı, haber değer etmenlerini iyi tartmalıdır. Haber dayandığı temel

ilkeler zamanlılık, yakınlık, ilginçlik, nadirlik, önemlilik, heyecanlılık ve etkili ilgililik olarak sıralanmaktadır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 60 – 62).

Haberci çalıştığı kurumdan çıkmadan önce haberin genel olarak yukarıda sayılan niteliklere uygun olup olmadığı yönünde bir öngörü geliştirmiş olmalı ve bu doğrultuda hareket etmelidir. Ancak haber olayları her zaman önceden belirlenmiş bir saatte gerçekleşmez. Haberci her olayın oluş anını izleme ve takip etme imkânına sahip değildir. Bu nedenle kimi haberler ikinci elden öğrenilmekte, olay anına tanıklık edenlerin anlatımları üzerinden olay örgüsü şekillenmektedir. Yani habercinin kendi becerisiyle elde ettiği bilgiler, röportajlar birinci el kaynak sınıfına girerken, haber ajansları, basın bültenleri, dernek, vakıf, sendika ve özel sektör tarafından düzenlenen organizasyon ve açıklamalar aracılığıyla oluşturulan haber kaynakları ikinci el kaynaklar olarak nitelenmektedir. Başkent özelinde bu kaynaklara, Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık ve Bakanlıklar, parlamento, siyasal partiler ve sendikalar, polis ve jandarma örgütü, silahlı kuvvetler, iktisat, ticaret ve sanayi odaları, sanat ve eğlence yerleri, eğitim kurumları ve özel sektör örnek gösterilebilir. Bunun yanında il merkezleri için ise; valilik, belediye başkanlığı, il genel meclisi, belediye meclisi, çeşitli müdürlükler, polis ve jandarma ile varsa silahlı kuvvetlere ait birlikler, siyasi partiler ve sendikalar, sanayi, iktisat ve ticaret odaları, özel sektör, sanat ve eğlence yerleri ile eğitim kurumları örnek olarak gösterilebilir (Tokgöz, 1994: 226).

Haber verilerinin toplanmasının ardından bu verilerin anlamlı bir bütünlük oluşturacak biçimde kaleme alınması sürecine haberin yazılması veya oluşturulması olarak adlandırılabilir. Haber için toplanan verilerin özetlenerek hikâye edilmesi muhabirin yeteneğiyle doğrudan ilgilidir. Bu nedenle haberde gerçeklik olgusunun hissedilir biçimde yansıtılması için muhabirin yazınsal olarak da bir takım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle haber yazmak için gerekli bir takım temel kurallar ihmal edilmemelidir. Haber yazımında dikkat edilmesi gereken konuları teknik ve üslup yönünden değerlendirmek mümkündür. Teknik açıdan bakıldığında dilbilgisi kurallarının gerektiği gibi kullanılması özellikle yazılı basın açısından büyük önem taşımaktadır. Bu durum radyo ve televizyon haberciliğinde seslendirme

yapan açısından önemliken, dergi ve internet haberciliğinde de tıpkı gazeteler gibi titizlik gerektirmektedir.

Haber yazımında kullanılan dilin duru, sade ve yalın olmasına dikkat edilmelidir. Cümlelerin kısa ve kolay anlaşılır olmasının yanı sıra, ifade edilen fikrin karmaşa oluşturmayacak biçimde sunulması gerekmektedir. Haberde kullanılan kelimeler günlük hayatta kullanılan ve bilinen kelimelerden tercih edilmeli, yabancı kelime kullanımı gerekiyorsa taşıdığı anlam mutlaka açıklanmalıdır. Haberde temel olan bilgiyi aktarmak olduğuna göre yorumdan olabildiğince kaçınılmalı ve sıfat kullanımlarına dikkat edilmelidir. Haber kaynağının belirtilmesi, hukuki açıdan önem taşımaktadır. Tüm bunların yanı sıra habere kimlik katan en önemli unsur ise üsluptur. Üslup genel olarak habercilik ilkelerinin etkin biçimde kullanılmasını gerektirmektedir. Tokgöz haberde kullanılan üslubu anlatırken dilin kullanımının ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Yani haber yazılırken sadelik, kesinlik, canlılık, doğruluk, açıklık ve özgünlük dikkate alınmalıdır. Haber doğrudan ve özü verecek biçimde ifade kabiliyetini gerektirmektedir. Bu nedenle üslup Türkçenin doğru ve iyi kullanılmasıdır (Tokgöz, 1994: 240, 241).

Günümüzde haberci, gazeteci ve muhabir kavramları kitle iletişim araçlarında habercilik yapanlar için kullanılan kavramlardır. Gazeteci genel olarak haberin üretim sürecinin herhangi bir aşamasında yer alanlar için kullanılır ve genel bir ad olarak kabul edilirken, haberci veya muhabir olarak adlandırılan kimse çalıştığı kurum için vazgeçilmezdir. Haberci veya muhabir çalıştığı kurum için haber toplar ve yazar. İyi bir muhabir doğuştan sahip olunan özelliklerin yanı sıra edindiği bilgi, birikim ve tecrübe ile kurumunun vitrini olarak görülmektedir. Bu nedenle başarılı bir muhabirde bulunması gereken özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- A. Muhabir, kişiliği ve geçmişi ile haber kaynaklarına güven vermelidir.
- B. En büyük sorumluluğun okura karşı hissedilen sorumluluk olduğunu bilmelidir.
- C. Haberciliğin hukuksal çerçevesinden ve meslek ilkelerinden haberdar olmalıdır.

- D. Kişisel birikimini oluşturabilmesi için arşivlemeyi ve arşivden yararlanmayı becerebilmelidir.
- E. Bilgi ve yorumlamayı ve belge incelemeyi iyi bilmelidir.
- F. Konu ve olayları not aldığı bir “akıl defteri” oluşturmalıdır.
- G. Bir ajandaya sahip olmalıdır.
- H. İlişkilerde bulunduğu veya bulunabileceği kurum ve kuruluşların kayıtlı bulunduğu bir fihristi ve kartvizit defteri bulunmalıdır.
- İ. Doğru soruyu sormayı bilmeli, soru sormaktan çekinmemelidir.
- J. Olaylar arasındaki, olaylarla insanlar arasındaki ilişkileri iyi kavramalı, karmaşık olayları çözecek ipuçlarını kestirebilmelidir.
- K. Kurum ve kuruluşların işleyiş ve sistemlerini, kilit adamlarını iyi tanımalıdır (Yüksel ve Gürcan, 2001: 23).

Tüm bu özellikler iyi bir muhabir olabilmenin koşullarıdır. Ayrıca genel etik değerler, kurumsal ilkeler, gündem takibi ve ikili ilişkilerde gösterilecek özen muhabirin kalitesini ve hatta marka değerini yükseltecek unsurlar olarak görülebilir.

B. Televizyon Haberciliği

Haberciliğin yazılı metinlerden görsel ve işitsel alanlara geçmesi şüphesiz gazetecilik tarihinin en büyük devrimlerindedir. Radyo, 20. yüzyılın hemen başında dünyanın en önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelmiş, ardından televizyonla birlikte yalnız yayıncılık açısından değil, habercilik alanında da tarihi bir milat yaşanmıştır. Televizyonun icadı ve dijital teknolojinin 21. yüzyıla geldiğinde kazandığı büyük ivme, haber ve yayıncılık adına, sermaye, rekabet ve medya iktidar ilişkileri açısından çok karmaşık ve bambaşka bir dönemin ortaya çıkmasına yol açtı (TGC, 1984: 69). Televizyonun icadının 19. yüzyıl sonlarında yapılan çalışmalar neticesinde olgunlaştığı görülmektedir. Belki başka amaçlar taşıyor olsa da yapılan çalışmalar 1924’e gelindiğinde neticesini verdi ve ortaya bugünkü anlamda televizyona çok yakın bir icat çıktı (Şeker 1999: 39).

Televizyon hem görsel hem de işitsel özellikte bir iletişim aracıdır. Televizyonun teknolojiye bağlı yaşadığı gelişim süreci görselliğin etkisinin kısa sürede kavranmasını sağlamıştır. “Görsel estetik” haberin değeri üzerinde de etkilidir. Yani görmek ve duymak eylemlerinden oluşan televizyon izleme süreci bazı haberleri görsel güçleri yönüyle ön plana çıkarırken, bazı haberlerin göz ardı edilmesine neden olmaktadır (Matelski, 1996: 22).

Televizyonun gazeteden farklı olarak kullandığı teknolojinin kendine has yapısı vardır. Kullanılan araçların özellikleri televizyon ve gazete haberciliğinde farklılık gösterse de temel olan haberciliğin esasıdır. Yani her iki alanda da gazeteciliğin temel prensipleri değişmez nitelikte olmalıdır. Haberi haber yapan etmenler ve habercinin konumu temel doğrulardan uzak olamaz. Bu arada kullanılan teknolojiye kaynaklanan farklılıkların başında ise kamera gelmektedir. Olayın yazı ile aktarımının karşılığı televizyonda gerçek görüntü ile sağlanmakta, dolayısıyla kamera sayesinde sunulan olay anlatılan haber metninin karşılığı haline gelmektedir. Televizyon haberciliğinde öne çıkan noktalardan biri de kamera vasıtasıyla sağlanan görselliğin mi ön planda tutulacağı, yoksa metnin mi görüntüye yön vereceği tartışmasıdır. Görüntü televizyon haberciliğinde çok büyük bir öneme sahiptir ve bu nedenle görüntünün taşıdığı önem, metnin de bu yönde geliştirilmesi yaklaşımını ortaya koymuştur. Görüntünün metinle uyumlu olması zorunludur, bu arada televizyon haberciliğinde kimi zaman görüntülerin de metne göre düzenlenmesi yani metnin ön plana çıkarılması gerekebilir. O zaman da görüntü ve haber metni uyumu bozulmadan verilmek istenen görüntü daha geri planda tutularak aktarılmak istenen metin güçlü biçimde verilebilir.

Dönemin teknolojik, siyasi ve ekonomik durumu da göz önünde bulundurulduğunda 1900’lerin başında adına televizyon denen aygıtın 2. Dünya Savaşı’na kadar olan dönemde yaygınlaşması ve gelişmesi konusunda çok önemli adımların atılmadığı veya atılamadığı görülür. Amerika, İngiltere, Fransa ve Almanya’da 2. Dünya Savaşı öncesinde deneysel yayınlar yapılsa da savaşın başlamasıyla birlikte bu yayınlar ve denemeler sona erdi. Aynı dönem içerisinde televizyonun ortaya koymaya çalıştığı görevi radyolar sürdürmeye devam etti. Savaş

sonrasında yine Amerika’da televizyon yayıncılığı üzerine çalışmalar hız kazandı. Amerika’daki atılımı Avrupa takip etti ve 1950 sonrasında televizyon yayıncılığı tüm dünyaya yayıldı (Şeker, 2007: 37).

İlk televizyon haberi Amerikan CBS televizyonu tarafından 15 Ağustos 1948 tarihinde başlatıldı (Matelski, 1996: 30). Matelski o dönemin şartlarını etkisinin ne denli zayıf kaldığı vurgusuyla aktarırken, televizyon haberciliğinin ilk yıllarının kamu görevi bilinciyle yapıldığını ifade etmektedir. Yani televizyon programları ve diğer haberci kaynaklar 1940’ların sonuna gelindiğinde televizyon haberciliğinin çok önünde yer almaktaydı. Yine aynı dönemde radyo en etkin dönemini yaşamaktaydı. 1950 yılına gelindiğinde Amerikan halkı haberleri, sinemalarda oynatılan haber filmleri ve gazetelerin yanı sıra büyük ölçüde radyodan da almaktaydı. Bu gelişimde dikkat çeken en önemli faktörlerden biri de Amerikan ekonomik sistemiydi. Amerika’nın sahip olduğu kapitalist düzen gereği hem televizyon, hem radyo hem de gazetelerin gelişimi özel sektör eliyle gerçekleşmekteydi. Bu nedenle Amerika’daki anlayış daha çok reklâmlar alınarak izlenilirliğin arttırılması amacını güderken, Avrupa ve dolayısıyla Türkiye’deki anlayış bundan çok daha farklıydı, çünkü Avrupa ve Türkiye’de aynı dönemde kamu yayıncılığı ilkesi benimsenmiş, bu nedenle kar, kazanç gibi kavramlar ikinci planda tutulmuştur. Şeker bu temel ayrımın sonuçlarını şu şekilde açıklamıştır:

“İki sistem arasındaki temel fark, diğer televizyon türlerinde de kendini göstermekle birlikte haber söz konusu olduğunda çok daha derin ayrışmalar doğurmuştur. ABD tarzı ticari televizyon haberciliğinde bültenlerin konu seçimi, kurgulanışı, sunumu, dekoru gibi pek çok özellik yüksek izlenme oranı elde etme amacına göre düzenlenmiştir. Bunun sonucunda izleyicinin talep ettiği, hoşlandığı, kolay izlenir, ilginç konulardan oluşan, yıldızlar tarafından sunulan, olaya dayalı, görsel yönü ve gösteri ağırlığı öne çıkan bir habercilik tarzı gelişmiştir. Kamu yayıncılığında ise haber bültenleri kamusal önemi olan konuların ele alındığı, kamuyu bilgilendirmeyi ve kimi zaman yönlendirmeyi amaçlayan bir içeriğe ve buna uygun sunum tarzına göre şekillenmiştir. 1980’lere gelindiğinde Batı Avrupa’da kamu yayıncılığı sistemi sorgulanmaya başlamıştır. Bu gelişmede elektronik yayıncılık alanıyla

ilgili yeniden düzenleme eğiliminin yanında kablolu televizyon ve uydu yayıncılığının ortaya çıkması etkili olmuştur(Şeker,2007a: 37).”

Amerika’da radyonun gölgesinde yayıncılık serüvenine devam eden televizyon, haber boyutuyla da geri planda kalmaktaydı. Matelski, televizyonun etkinliğini arttırmak amacıyla renkli yayıncılık anlayışında hareket edildiğine ve sponsorluk çalışmalarına ağırlık verildiğine ancak o dönem için bu girişimlerin fayda sağlamadığına dikkat çekmektedir. Fakat 1951 yılına gelindiğinde televizyon gazeteciliğine verilen önem artmaya başladı. Amerika Birleşik Devletleri’nde gelişen televizyon tarihi belli aralıklarda kişilerle anılmaya başlandı. Örneğin 1960 yılına gelinceye kadar ülkede televizyon haberciliği adına en dikkat çeken isim Edward R Murrow’du (Matelski, 1996: 32). 2. Dünya Savaşı döneminde de radyolarda sunduğu haberlerle tanınan Murrow’un 1951 itibariyle imzasını atacağı 9 yıllık dönem, Türkiye’de televizyon yayıncılığının başlamasına denk gelir. Yani aslında televizyon haberciliğinde çığır açan Murrow’un görünmeye başladığı yıllar Türkiye’nin televizyon yayıncılığı adına ilk denemelerin gerçekleştiği yıllardır.

Türkiye’de televizyon yayıncılığı 16 Temmuz 1952 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi aracılığıyla başladı (Şeker, 1999: 42). İlk deneme yayını ise 31 Ocak 1968 tarihinde TRT Ankara televizyonu tarafından yapıldı. Öğrenci olayları nedeniyle yayın bir süre kesilse de 1971 yılına gelindiğinde İstanbul Teknik Üniversitesi ile TRT anlaşarak PTT linkleri aracılığıyla İTÜ vericilerinden İstanbul’a yayınlar aktarılmaya başlandı (Aktaran: Şeker, 1999: 42).

Türkiye’de yayıncılığın başlama tarihi neredeyse 70’leri bulurken, Amerika’da 1950 ve 1970 yılları televizyon yayıncılığı ve buna paralel olarak televizyon haberciliğinin büyük gelişim gösterdiği yıllar olmuştur. 1950’lerde yalnızca CBS değil, NBC’de yayıncılık konusunda önemli adımlar attı. Televizyonlar arasındaki rekabet ilerleyen yıllarda yerel televizyonların büyük televizyon kuruluşları tarafından satın alınma sürecine doğru ilerledi (Matelski, 1996: 36). 1960’larda ise televizyon haberciliğinin gücü Amerika’da iyiden iyiye hissedilmekteydi. Matelski televizyon haberciliğinin artan etkisini John F Kennedy’nin başkanlık süreciyle açıklamaktadır. Kennedy’nin 1960 yılında

başkanlık seçimlerinde kazandığı zafer, kısmen de olsa Richard Nixon'la televizyonda yaptığı tartışmalardan kaynaklanmıştı. Yine Matelski seçim sonrasında da bu durumun devam ettiğine dikkat çeker. Zira Kennedy, seçimleri kazandıktan sonra canlı basın toplantıları ve ulusa seslenişlerle televizyonu yoğun bir biçimde kullanmaktan geri kalmadı. 1962 yılında fırlatılan Telstar 1 uydusu dış haberlerin yayınlanması sürecini de beraberinde getirdi. Bu şekilde Amerikan televizyon kanalları dünyanın dört bir yanından veri, yani haber toplamaya başladı. “Televizyonlarda gösterilen ilk savaş” özelliğine sahip Vietnam Savaşı'nın sunumu, Amerikan askerinin durumu ve Vietnam halkının içinde bulunduğu sarsıntı akşam saatlerinde ekranlar aracılığıyla yemekleri başındaki halkın önüne kadar geliyordu (Matelski, 1996: 38). Bu durum Amerika'da yeni tartışmalara yol açtı. Televizyon haberciliği toplumu hatta iktidarın politikalarını etkiliyordu. Televizyon, insanların kafasına soyutlamalar değil, kalplerine kişilikler sokuyordu (Postman, 2004: 138) ve bu durum televizyonu her geçen gün daha da güçlü yapıyordu. Bu güç “şişirme haberler” ile kendini göstermeye başladı. Toplumun habercilere güveninin azalması, “televizyon haberciliğinde etik” söylemleri de yine bu dönemlerde doğdu. 1970'lerin sonuna gelindiğinde toplumun artan kuşklarını yenmek amacıyla televizyon habercileri, ürün kalitesini artırma yoluna gitmeyi denese de zaman sınırlaması, teknolojik gelişmelere bağlı gerçeklikler hem şebeke haberlerini hem de yerel haberleri etkilemeye devam ediyordu (Matelski, 1996: 39).

Amerika'da doğan televizyon, çok geçmeden Avrupa'ya taşındı. Türkiye de tıpkı Avrupa'da olduğu gibi televizyon yayıncılığına Amerikan etkisiyle geçti. Ancak Amerika ve Avrupa'da olduğu gibi Türkiye'de de bu geçişin öncesinde radyo yayıncılığının etkisi görmezlikten gelinemez. Bu geçişi radyo ve televizyon haberciliği için özdeşleştirmek mümkündür. Radyo yayıncılığı televizyondan daha önce başladığı için televizyona teknik örgütlenme ve program türleri bakımından öncülük etmiştir (Poyraz, 2002: 97). Radyodaki programların çeşitliliği ile habercilik adına ortaya konan yenilikler yıllar sonra televizyon için iyi bir deneyim olarak yayıncılara kolaylık sağladı. Türkiye'de radyo haberciliği TRT tarafından çeşitli programlar aracılığıyla gerçekleştirilirken bu arada televizyona geçiş için de adımlar atılmaktaydı. Bir yandan röportaj teknikleri radyoda gelişirken, diğer yandan görsel

yayıncılığa hazırlanan TRT, elemanlarını ekrana hazırlamak amacıyla CNN gibi kuruluşlarda kurslara gönderiyordu. TRT'nin haber merkezinde çalışan isimler alanında oldukça iyi isimlerdi. Poyraz TRT yayınının 1968 yılında başlamasına rağmen, “haber programı” denebilecek özellikte yayınların 1971 yılında gerçekleştirilebildiğine dikkat çekmektedir. Televizyon yayınının sonunda yayınlanan son haber bülteni, 1974 yılından sonra Güne Bakış adıyla yayınlanmaya başladı. Güne Bakış, tüm gün boyunca yaşanan gelişmeleri bol malzeme ile derlemesi ve hep aynı sunucu tarafından aktarılması dolayısıyla haber programcılığı anlayışının gelişmesini sağladı (Poyraz, 2002: 98). TRT'nin gelişim sürecinde Avrupa etkisi yoğunlukla kendini gösterdi. Amerika'nın aksine kamu tarafından oluşturulan televizyon yayıncılığı ilkesi Avrupa'da olduğu gibi Türkiye'de de uzunca bir süre devam etti. Bu anlayış programların içeriğine de yansımaktaydı. TRT spikerleri Avrupa'da eğitim ve kurs görürken, yayınların içeriği daha çok “uyarlama” şeklindeydi. TRT haberciliği kamusal yapısı nedeniyle protokol haberciliğine dönüştü. Ertanhan'a göre TRT'nin birinci derecede Başbakan ve ilgili bakanlara karşı sorumluluğu böylesi bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla da TRT kuruluşundan bu güne iktidar yanlısı suçlamalarıyla karşı karşıya kalmıştır. Haberlerin memur zihniyeti, eski anlayış ve sıralama ile hazırlanması ise toplumun gereksinimlerini karşılamaktan uzak kalmıştır (Öztürk, 2004: 100).

TRT haberciliğinin 80'lere doğru serüveninde kullanılan teknolojiyen haber kaynaklarına kadar önemli bir gelişim yaşanmıştır. Ajanslardan elde edilen haberler, teknik alt yapı, muhabir ve diğer çalışanların donanımı ile haber programlarındaki çeşitliliğin artması beraberinde Türkiye'de televizyon haberciliğine olan ilgiyi arttırmıştır. Haber programları içerisinde sürekli ve süreksiz olanlar vardı. Sağlık sorunları, ulaşım sorunları, sosyal güvenlik, erozyon ve turizm gibi süreksiz programların yanı sıra; önceki yıllardan bu yana devam etmekte olan Olay, Açık Oturum, Bir Konu Bir Konuk gibi programların yayınları sürüyordu (Poyraz, 2002: 101).

Devlet televizyonu TRT'nin yayıncılık ve dolayısıyla da habercilik anlayışı çok dikkatli temeller üzerine kurulmuştu. TRT haberlerinde kamu yararının

gözetilmesi, halkın din, dil, ırk farkı gözetilmeksizin vatanın bölünmez bütünlüğü korunarak, ilkeli ve seviyeli bir habercilik temel olarak belirlenmiştir. Bu nedenle TRT'nin haberlerinde özellikle özel televizyonlarla birlikte çokça dillendirilecek bir şikâyet ortaya çıkacaktır. Bu şikâyet, yayınların sıkıcılığa ve monotonluğa doğru gittiği şeklindedir. 12 Eylül öncesindeki “sıkıcı” habercilik yapısı ihtilalle birlikte daha sert bir hal almıştır. Hatta ihtilal sonrası Genel Yayın Planı'nda habercilikle ilgili herhangi bir maddeye rastlanmazken, ilerleyen dönemde ihtilalin meşrulaştırılması adına askeri iktidarın isteği doğrultusunda bir takım hedefler belirlenmiştir (Poyraz, 2002: 102). 12 Eylül sonrasında 1982 Anayasasına TRT'nin yayın ilkeleriyle ilgili olarak bir de madde eklenmiştir.

“Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metotlarına bağlı olmak ve kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak... Tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin inanç veya düşüncenin menfaatlerine alet olmamak.”

Yine de bu ilkeler TRT'yi iktidar partisine bağımlı olmaktan kurtaramamıştır. Tarafsızlık ilkesinin anayasada yer bulması TRT ile iktidar partileri arasındaki ilişkiyi düzenleyememiştir. Yapılan araştırmalar, TRT yayınlarında ağırlığın Cumhurbaşkanı ve Başbakan ile hükümet yetkililerinde bulunduğunu ortaya koymuştur.

1982 Anayasası asker tarafından hazırlanmıştı. Dolayısıyla bu anayasada yayın ve habercilikle ilgili maddelerin özel teşebbüsü özendirilen veya önünü açan bir yapıda olması beklenemezdi. Radyo ve Televizyon yayıncılığıyla ilgili düzenlemede “radyo ve Televizyon istasyonları ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir” ifadeleri yer alıyordu. Yani 1982 Anayasası tıpkı 1972 yılındaki düzenlemede olduğu gibi devlet tekeliyle olduğu gibi devam ettirmiştir.

1990 yılı Türkiye'de özel televizyonculuğun başladığı tarihi bir yıldır. Anayasa televizyonculuğun devlet eliyle gerçekleştirilebileceği yönünde hükümler

içerse de 80'lerin sonunda aslında özel televizyonculuğun önünde net bir engelin bulunmadığına dair söylemler gelişmeye başladı. Bu bağlamda özel televizyonculuğun Türkiye'de önünü açan gelişme olarak dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın Amerika Birleşik Devletleri ziyareti sırasında yaptığı “yurtdışından Türkiye'ye yapılacak yayınların sakıncasının bulunmadığı (Öztürk, 2004: 100, 101)” yönündeki açıklamaları Türkiye'de gerçekleştirilmesi planlanan özel televizyon yayıncılığına olumlu bir mesaj olarak değerlendirildi. Ayrıca Cumhurbaşkanı Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ın özel televizyon kurma çabasındaki Uzan Grubu ile gerçekleştirdiği ortaklık sürecin daha da kolaylaşmasına katkı sağladı.

Cihangir Gener, özel radyo ve televizyonların yasalara rağmen kuruluş sürecinde yaşananları ayrıntılı olarak aktarmaktadır:

“Türkiye'de özel radyo ve televizyonların, Anayasa ve yasaların izin vermemesine rağmen 1990 yılı Mayıs ayından itibaren fiili olarak yayına başlamaları ve giderek yurt sathına yayılmaları sonucu, ülkenin en önemli doğal kaynaklarından frekans spektrumunda büyük bir karmaşa oluşmuştur. Daha sonra özel radyo ve televizyon kuruluşlarına yayın yapma imkânı sağlayan Anayasa değişikliğinin 1993 yılı Temmuz ayında gerçekleştirilmesinin ardından, özel radyo ve televizyon kuruluşlarının sayısı bir anda büyük bir patlama yapmış, yayın içeriği açısından hiçbir denetime tabi olmayan söz konusu radyo ve televizyon kuruluşları, radyo ve televizyon yayınlarıyla ilgili düzenlemeyi yapacak olan kanunun çıkmasını beklemeksizin, hiçbir kurala bağlı olmadan yayınlarını sürdürmüşlerdir. 3984 sayılı kanundan önce yaklaşık 2000 radyo ve 500 televizyon kuruluşu, frekans kullanımı ve yayın içeriği yönünden denetimsiz olarak yayınlarını sürdürmekteydi. 20.04.1994 tarihinde 3984 sayılı kanun kabul edilerek yürürlüğe girmiş, bu andan itibaren yayın kuruluşlarının kanunun öngördüğü yayın ilkelerine uygun hareket etmeleri yasal zorunluluk haline gelmiştir. Kanunu yürürlüğe girmesinden sonra Ulusal Radyo ve Televizyon Frekans Planı yapılmış ve bu sırada hazırlanan yönetmelikler çerçevesinde yayın lisansı ve yayın izni verilmek üzere başvuruların yapılmasına dair duyurular yayımlanmıştır. Bu çerçevede 1186 radyo ve 261 televizyon kuruluşu lisans başvurusunda bulunmuş, bunların dışındaki radyo ve televizyonlar yayından men edilmiştir. Böylece, radyo ve televizyon kuruluşları ile

ilgili ilk inceleme gerçekleştirilmiş ve 814 radyo ile 239 televizyon kuruluşunun kontrolsüz yayınlarına fiilen son verilmiştir (Gener, 2001: 362).”

Star televizyonunun kurulması Türkiye’de Avrupa’da olduğu gibi yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul edilir. Çünkü Star, kamu yayıncılığı anlayışından “ticari yayıncılık” anlayışına geçişi temsil etmektedir. Star, 5 ay süren deneme yayınının ardından 4 Ekim 1990’da gerçek yayın hayatına başladı (Öztürk, 2004: 100 – 102). Star’ın temel politikası yüksek izlenme oranı elde ederek en fazla reklâm gelirini sağlamaktı. Ticari televizyonculuk mantığı Star’dan sonra kurulan diğer televizyon kanallarında ve hatta tematik kanallarda da bu şekilde işledi. Star televizyonu Teleon adıyla yayın yapan müzik kanalını 8 Ocak 1992 tarihinde kurdu ancak bu yayın daha sonra sona erdi. Teleon yerine bugün Kral TV adıyla bir müzik kanalı yayın yapmaktadır. Türkiye’nin dördüncü özel kanalı olan Kanal 6, Star’dan dışlanan Ahmet Özal isminden dolayı DYP Hükümeti tarafından yapılan düşmanlıklar riskini göze alarak kurulmuştur. Kanal 6 İngiltere’den 8 Ağustos 1992 tarihinde test yayınlarına başlamıştır. Has Holding’e bağlı Has Bilgi Birikim yani HBB Televizyonu 9 Ekim 1992’de yayın hayatına giriş yaparken, Bursa’da faaliyet gösteren Göktuğ Şirketler Grubu’nun kurduğu Flash TV ise 1 Aralık 1992’de yayın hayatına başlamıştır. Çukurova Holding’e bağlı Sabah Grubu’nun (artık Çalık Grubu’na bağlı) ortaklığıyla oluşturulan Medya Holding bünyesinde kurulan ATV, 12 Temmuz 1993 tarihinde yayına başlarken, Hürriyet Milliyet Grubu’nun televizyon kanalı olan Kanal D, 19 Aralık 1993 tarihinde ilk yayını gerçekleştirmiştir (Öztürk, 2004: 100 – 102). Bu sürecin devamında Cine 5, Show TV, TGRT, Samanyolu TV (STV) ve Kanal 7 kurulmuştur.

Televizyon ekranlarında sunulan bütün programların belli amacı vardır. Haber programları diğer programlardan farklı görülmediği için aynı beklentiler haberler için de geçerlidir. İzleyicinin en üst düzeyde dikkatini çekecek haberler ile izlenilirliğin en üst düzeye yükseltilmesi hedeflenmiştir. Bu anlayışın ilk örnekleri Amerika’da görülmüştür. NBC yapımcıları 1940’lı yılların sonunda haberlere destekleyici bulma arayışı içerisine girmiştir. Bu arayış sonucunda destekleyici

çalışmalar çok fayda etmese de reklâm anlaşmaları ile belli ölçüde gelir elde edilmiştir (Matelski, 1996: 30, 31). Matelski o günleri şöyle aktarmaktadır:

“Reklâm verenler paralarının karşılığını o dönemde fazlasıyla alıyordu. Ticari reklâmların yanı sıra, her Swayze şovu, kül tablasının kenarına iliştirilmiş ve dumanı döne döne çıkan bir Camel sigarasının upuzun görüntüsüyle sona eriyordu. Destekleyicisini memnun etmeye aşırı hevesli Swayze, kendisi sigara içmediği halde cebinde bir paket Camel sigarasıyla dolaşmayı bile önermişti. Ama Camel yöneticileri bunu gerekli görmedi (Matusow’dan aktaran: Matelski, 1996: 31).

Avrupa ve Türkiye’de uygulanan kamusal yayıncılık ilkesinin sona ermesiyle birlikte art arda gelen ticari nitelikli televizyonlardaki temel kaygı tıpkı Amerika’da yayın yapan televizyonlar gibi maddi konulara ve dolayısıyla izlenilirliğe odaklandı. 2000’li yıllara gelirken artan özel televizyon kanalları, diğer programlarda olduğu gibi haber programlarında da rekabete yöneldi. Aynı dönem içerisinde bilim çevrelerinde tartışmaları devam eden farklı haber anlayışları ortaya çıktı. Haberin anlamını kavramakta güçlük çeken, depresleri, toplu katliamları ve diğer felaketleri aktarırken sevinçli bir şekilde yüz ifadelerini hiç değiştirmeyen (Postman, 2004: 118) sunucularla birlikte marka isimler de ekranlarda yer almaya başladı. Özel televizyonlardan önce de var olan Mehmet Ali Birand ve Ali Kırca, Gülgün Feyman, Reha Muhtar gibi isimler 1990’lı yıllara yalnızca sunuculukları ile değil aldıkları ücretlerle de damgasını vurdu.

Özel televizyonların ticari kaygılarından doğan bu gerçeklik rekabetin boyutlarını ortaya koymaya yetiyordu. Amerikan televizyonlarını örnek alan televizyonlar, haberi klipeştirmekte, kurguyla ve müzikle destekleyerek düzenlemektedir. Kanalların birbirine benzeyen haber sıralamaları olağanüstü bir olay yoksa politik haberlerle başlamakta, siyasi parti başkanlarının etkinlikleriyle devam etmekte, dünya haberleri tur şeklinde bültenin sonlarında sunulmakta ve bülten ekonomi haberleri ve hava durumu ile bitirmektedir (Şeker, 1999: 57).

Haber bültenlerinin görsel zenginliğinin ve çarpıcılığının her geçen gün artmasının altında da yine reyting kaygısı yatmaktadır. Bu kaygıyla hareket eden özel televizyonlardan bazılarının kimi zaman izlenilirlik uğruna “haber değeri” taşımayan

görüntüleri çarpıcılık, ilgi çekicilik uğruna yayınladıkları bilinmektedir. 1990'ların sonlarında haber bültenlerinde yaşanan değişim, haber programlarında da kendini hissettirmiştir. Hodri Meydan, Sıcağı Sıcağına gibi programlarda oluşturulan “Canlandırma” hayatlar izlenirliği yakalamada başarılı olmuş fakat etik, dürüstlük, ilkelilik soruları aynı dönemde çokça tartışılmıştır. Dönemin en dikkat çeken örneklerinden biri Show TV'dir. Show TV ana haber bülteni, habercilik anlayışından uzak, tamamen magazine ve spekülasyona dayalı bir anlayış sergilemiştir. 90'lı yılların sonlarında haberlerin ilk sırasını genellikle güvenlik ya da aktüel türü haberler alırken 5. ve 6. sıralardan itibaren yaklaşık 10 haber magazin türü almaktaydı. Spiker haberlerin ardından yorum yapmakta ve habercilikte yapılabilecek en büyük etiksizliği işlemekteydi. İnsanları, olayları yargılayan bir tutum içerisine girilen haberde, ekonomi, dış diplomasi gibi türler hiçbir şekilde yer almamakta ya da haber sıkıntısı çekildiği zamanlarda magazinsel boyutuyla ele alınarak yayınlanmıştır (Öztürk, 2004: 106).

Habercilik anlayışında yaşanan depremin örnekleri ise Amerika'da zaten çok önceden yaşanmıştı. Kapitalizmin kucağında doğan televizyon haberciliğinde konuşulan astronomik rakamlar Amerika'da 1980'lere damgasını vurmuştu. Yayınlarda ise Postman'ın dediği gibi “ne olduğu henüz öğrenilememiş bir aygıtın insanlara ne gibi etkilerde bulunacağı spekülasyon konusu olmaktaydı. Bugünse coşkuyla seslendirilen enformasyon çağı ve enformasyon toplumu gibi söylemler yalnızca dilde kalmakta ve ne anlama geldikleri konusunda kimsenin fikri bulunmamaktadır (Postman, 2004: 177).

1.3.2. Türkiye'de Basın Özgürlüğü'nün Gelişimi

Türkiye'de ilk Türkçe gazete Sultan 2. Mahmut'un emriyle Takvim-i Vakayı adıyla 1831'de çıktı. İkinci Türkçe gazete ise 1840'ta yayınlanmaya başlayan Ceride-i Havadis'tir (Topuz, 1973: 6 – 10). Tanzimat Dönemi'yle birlikte günlük hayatın bir parçası haline gelen gazetenin Türkiye'deki ilk örneği Takvim-i Vakayı resmi nitelikteydi. Gazetede devlet yöneticileri ile ilgili tören ve açıklamalar yer almaktaydı.

Dönemin Türkiye'si yani Tanzimat ve Islahat Fermanlarıyla dönüşüm arayışı içerisindeki Osmanlı, bir yandan Avrupa'ya ayak uydurma çabasında iken, bir yandan da iç karışıklıklarla mücadele halindeydi. Bu nedenle 1800'lü yılların ortalarında yayın hayatına giren yabancı ve Türk kökenli gazeteler dönemin şartlarına paralel olarak devlet baskısını yoğun bir biçimde hissetmişlerdir.

Basında ilk yasaklamalar 1858 tarihli ceza kanunu ile getirilse de, basın kurumunu belli bir düzene koyma amacı güden ilk düzenleme 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi'dir. Bu düzenlemeyle birlikte ruhsatsız gazete çıkarmak yasaklanmıştır. İçeriği Fransız kaynaklı nizamnamenin çıktığı dönemde yalnızca 4 Türk gazetesi yayımlanmaktaydı ve diğer azınlık gazeteleriyle birlikte toplam baskı adedi bini geçmiyordu. Ancak yine de nizamname ile yönetimin hemen her kademesinde bulunan idarecilere dokunacak yazılar yazılması yasaklanmış, halkın ve yabancı devlet temsilcilerinin kötülenmesi de men edilmiştir. Bu sürecin devamında çıkarılan ve getirdiği yeni yasaklamalarla dikkat çeken Ali Kararnamesi 1876'dan 1909 senesine kadar yürürlükte kalmıştır (Kızıl, 1998: 36).

Birçok iç ve dış karışıklıkla mücadele halinde olan yönetim, sorumlulukların sebebi olarak gördüğü basının denetimini arttırmak amacıyla 11 Mayıs 1876 tarihinde sansür yasasını yürürlüğe koydu. Yine benzer karışıklıklar nedeniyle 1876'da kimi haberlere de yasaklamalar getirildi. 1876 yılında Abdülaziz'in tahttan indirilmesiyle başlayan geçici özgürlük döneminde ise her çeşit yazıyı gazetelerde görmek mümkündü. 2. Abdülhamit döneminde yürürlüğe giren ilk Türk anayasası niteliğindeki Kanuni Esasi⁴de, oluşan özgürlük ortamına paralel olarak basın özgürlüğüne dair ifadeler içermekteydi. Anayasanın 12. maddesinde "matbuat, kanun dairesinde serbesttir" ifadeleri yer alıyordu. Aynı dönemde yürürlükte bulunan sansür kanununa rağmen oluşan özgürlük ortamı, Abdülhamit'in iç ve dış karışıklıklar nedeniyle başlattığı İstibdat uygulamalarıyla sona ermiştir. Bu dönemde basın sansürünün yanı sıra, basına konan yasaklar, gazeteciliğe çıkar sağlanması, kitapların

⁴ 1876 yılında Anayasayı ilan edeceği sözüyle tahta çıkan II. Abdülhamit, Anayasayı hazırlamakla görevli bir komisyon kurdu. Bu kurulda kabul edilen metni inceleyen II. Abdülhamit, yetkilerinin genişletilmesi halinde Anayasayı kabul ve ilan edeceğini duyurdu. Bunun üzerine Mithat Paşa'nın da isteği ile padişahın önerilerine uygun değişiklikler yapıldı. Son şeklini alan Anayasa 28 Aralık 1876'da ilan edilerek yürürlüğe kondu.

yakılması, yabancı basının satın alınması ve yabancı ülkelerle haberleşmenin engellemesi gibi uygulamalar dikkat çekmiştir (Güz, 2000: 51, 52).

Meşrutiyetin ilanından bir yıl sonra basında yeni düzenlemeler getiren yeni bir kanun çalışmalarına başlandı. 1877 tarihli matbuat kanunu tasarısı 4 ana bölümden ve 51 maddeden oluşmaktaydı. Kanunun önemli bazı maddeleri şunlardır:

- A. Gazete çıkarmak için hükümetten izin istenecek, izin verilip verilmeyeceği 15 gün içinde ilgiliye bildirilecektir.
- B. Yayınlanan her sayıdan ikişer nüsha, başkentte matbuat dairesine, taşrada ise valiliklere verilecek ve yöneticilerden bir belge alınacaktır. Belge almayanlara her sayı için iki Osmanlı altını ceza verilecektir.
- C. Milletvekilleri yazı işleri müdürü olamayacaklardır.
- D. Hükümete ve ilgililere cevap ve düzeltme hakkı tanınmıştır. Gazeteler düzeltme yazılarını ilk veya ikinci sayıda yayınlamak zorundadır.
- E. Bir gazetede herhangi bir duruşma ile ilgili bir haber yayınlanırsa, gazete, mahkemenin ileride vereceği kararı da yayınlamakla yükümlüdür.
- F. Mebusan Meclisi'ndeki tartışmaların yanlış anlam ve yorumlara yol açacak biçimde yayınlanması yasaktır.
- G. Devletin güvenliğini sarsacak bir suçun işlenmesini kışkırtacak yazı yayınlayan gazeteler süresiz olarak kapatılır.
- H. Hazreti Padişah'a dokunacak yazı yayınlayan gazeteler kapatılır. Sorumlulara 1 – 3 yıla kadar hapis cezası verilir.
- İ. Anayasa ile kurulmuş düzene karşı yazı yayınlamanın cezası bir aydan bir yıla kadar hapistir (İnuğur, 2005: 257, 258).

Bu kanun meclisten geçmesine rağmen padişah tarafından yürürlüğe konulmamış, önceki düzenlemeler basınla ilgili işlemlerde esas alınmaya devam edilmiştir.

Türk basını ilk kaybını ise yine 2. Abdülhamit döneminde verdi. Osmanlı topraklarına girişlerine izin verilmeyen Genç Osmanlılar, Mithat Paşa'nın Sadrazam olmasıyla birlikte ülkeye dönme fırsatı buldu fakat bu dönüş onlar için iyi olmadı. Ali Suavi, Ziya Paşa, Namık Kemal, Agâh Efendi ve bazı Genç Osmanlılar Cemiyeti üyeleri kısa süre sonra idam edildi. Tarihe Babıâli Baskını olarak geçen olayda yer alan isimlerden Ali Suavi saray muhafızı Yedi-Sekiz Hasan Paşa tarafından vurularak öldürüldü. Ali Suavi, Türk basın tarihinin ilk kaybı olarak kayda geçmiştir (Perin, 1974: 90, 91).

II. Abdülhamit'in 33 yıl süren hükümdarlığı ve dolayısıyla da baskı dönemi 1909'da sona ermiştir. Abdülhamit'in tahttan indirilişinden bir yıl önce ilan edilen 2. Meşrutiyet kısa süreli de olsa basın için özgürlüklerin yeşerdiği dönem olarak tarihe geçmiştir. Bu dönemde çok sayıda gazete yayın hayatına girmiş, ülkede yaşanan karmaşaya ilişkin söz söyleme fırsatı bulmuştur. Meşrutiyetin ilanından bir yıl sonra 22 yıl yürürlükte kalacak olan yeni bir basın kanunu ilan edilmiştir. Bu kanunda hem özgürlükleri koruma hem de ülkeyi zararlı yayınlara karşı koruma amacı dikkat çekmektedir. 1909 tarihli basın kanununda yer alan önemli maddeler şunlardır:

- A. Gazete çıkarmak için hükümete bir bildiri verilmesi yeterli olup, ruhsat alma zorunluluğu yoktur.
- B. Meclislerin ve mahkemelerin gizli oturumlarındaki konuşmaların yayınlanması yasaklanmıştır.
- C. Kanun ve yönetmeliklerin hükümetçe resmen açıklanmadan önce gazetelerde yayınlanamayacağı hükme bağlanmıştır.
- D. Vatandaşları suç işlemeye kışkırtan yazıların yayınlanması yasaklanmıştır.
- E. Basın yoluyla şantaj yapmak veya başka türlü çıkar sağlamak suçtur.
- F. Asılsız sahte bilgilerle başkalarının suçlanamayacağı belirlenmiştir.
- G. Ahlak kurallarına uymayan yazı yayınlanması ve resim basılması yasaklanmıştır.

- H. Yayınlardan zarar görenlere cevap hakkı tanınmıştır.
- İ. Basın yoluyla halkı suç işlemeye kışkırtmalarda dava sonucunu beklemeden, hükümetin güvenliğini korumak amacıyla gazeteyi kapatabileceği hükmü getirilmiştir.
- J. Padişaha yazıyla hakaret edenlere üç aydan üç yıla kadar hapis cezası verileceği hükmü bağlanmıştır (İnuğur, 2005: 318).

300'ün üzerinde gazetenin yayın hayatına girdiği bir dönemde ülkede yaşanan iç ve dış karışıklıklar ve devletin güvenliği gibi konular gerekçe gösterilerek özgürlük dönemi üzerine yeniden sünger çekilmiş, baskıcı döneme dönüş henüz II. Meşrutiyet'in ilanından 3-4 yıl sonra yeniden etkilerini göstermeye başlamıştır. Basın özgürlüğünün önündeki en büyük engellerden sansür tekrar gündeme gelmiştir. Cumhuriyet dönemine kadar olan süreçte sansür her ne kadar yeniden baskı unsuru olarak gazetecilerin karşısına çıkarılmış olsa da Genç Osmanlılar Cemiyeti'nin ardından yeniden basın birliğinin oluşturulması amacıyla 1917 yılında gazeteciler yeniden harekete geçmişlerdir. Aralarında Yunus Nadi, Ahmet Emin Yalman, Halit Ziya Uşaklıgil, Mahmut Sadık Bey ve bazı azınlık üyelerinin de bulunduğu gazeteci grubu 1917 yılının 15 Şubat'ında Osmanlı Matbuat Cemiyeti'ni kurmuşlardır (Kızıl, 1998: 41).

1. Dünya Savaşı'ndan yenik ayrılan Osmanlı kısa süre içerisinde işgal altına alınırken, basın da özgürlük mücadelesinde yeni bir yola girmiştir. Basın özgürlük değil artık bağımsızlık savaşının bir parçası olarak bu süreçte farklı bir görev üstlenmekteydi. İzmir'in işgal edilmesine dayanamayan Hukuku Beşer Gazetesi yazarlarından Hasan Tahsin, İşgalci Yunan askerlerine saldırarak birkaçını öldürmüş ancak açılan ateş sonucu hayatını kaybetmiştir. Bu olay hem milli mücadelede tetikleyici bir unsur olarak karşımıza çıkmakta, hem de mücadele döneminin ilk basın kaybı olarak dikkat çekmektedir (Perin, 1974: 94, 95).

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde Anayasal düzenlemelerin basın özgürlüğünü güvence altına net bir biçimde aldığını görmekteyiz. 1924 Anayasasında 70. maddede “düşünce, söz ve yayım” konularının doğal bir hak olduğundan söz

edilmektedir. Aynı Anayasanın 77. maddesi ise; “basın, kanun çerçevesinde serbesttir ve yayımından önce denetlenemez” yoklanamaz” ifadeleri yer almaktadır. 1961 Anayasasında da düşüncenin ifadesine yönelik özgürlük alanı belirli bir yapıda netleştirilmiş, “basın yoluyla düşünce açıklama hakkı” güvence altına alınmıştır. 1961 Anayasasında dikkat çeken başka bir nokta bilim ve sanat özgürlüğü vurgusudur. 1982 Anayasasına gelindiğinde ise genel otoriter ve sınırlı özgürlük anlayışı içerisinde düşüncenin açıklanması ve basın özgürlüğü belirli sınırlar konulmak şartıyla kabul edilmiştir. 1982 Anayasası düşüncenin açıklanması konularına belirli özgürlük noktaları yerleştirse de, çok sayıda sınırlama dikkat çekmektedir. Anayasada, özgür haber dolaşımı imkânları kısıtlandığı gibi, haber kaynaklarına varılması ve basılmış eserin tüketiciye ulaşması konusunda sınırlar getirilmiştir. Tüm bu sınırlayıcı unsurlara rağmen 1982 Anayasası da, devletin basın özgürlüğünü sağlayıcı yükümlülüğünü kabul etmiş ve sansürü yasaklamıştır. Aynı Anayasa ile basın kanununda da değişikliğe gidilmiştir (Özek, 1999: 224 – 226).

1.3.3. Etik İlkelerin Denetimi

Medya yapılanmaları için oluşturulan etik kurallar ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de özdenetim için genelde benzer kurumlar oluşturulmaktadır. Basın Konseyi ve Ombudsmanlık bunlardan en önemli ikisidir.

A. Türkiye’de Bir Özdenetim Modeli: Basın Konseyi

Basın konseyi, basının kendi kendini denetimi konusunda dünyada örneklerine sık rastlanır bir kuruluş olarak dikkat çekmektedir. Basın konseyleri meslek çalışanlarını ve kurumları doğrudan mesleğin içinden denetlenmesini sağlamaktadır. Dünyada basın konseyinin ilk örneği 1967 yılında İsveç’te görülmüştür. Sonraki yıllar içerisinde Avrupa ve Asya’da benzer örneklere rastlanmakla birlikte Türkiye’de ise basın konseyi oluşturmak amacıyla 1960 ve 1986 yıllarında ciddi çalışmalar yapılmıştır. Basın konseyleri ağırlıklı olarak meslek içi kimselerden oluşmaktadır ancak bu kişilerin dışında üniversitelerden ve bazı farklı meslek kuruluşlarından da kimi temsilciler konseyde yer almaktadır. Konseyin temel amacı basın kuruluşlarını temel basın ilkeleri bağlamında denetlemektir. Konsey, halktan gelen şikâyetleri ve bir takım temel yayın politikalarındaki yanlışları

kendi iç dinamikleri aracılığıyla değerlendirmektedir. Konseyin kınama dışında yaptırım gücü bulunmamaktadır. Basın konseyleri belirli yasalarla göre değil, gönüllü bir eğilim sonucunda oluşturulmaktadır. Bu nedenle basın konseylerinde iktidar etkisi söz konusu değildir. Ancak bu durum da tartışmalara yol açmaktadır (Yılmaz, 2007: 261, 262).

Türkiye'nin ilk basın konseyi yapılanması 27 Mayıs darbesinin ardından şekillenmiş, gazetecilik örgütlenmeleri aracılığıyla oluşturulan komisyon 24 Temmuz 1960 tarihinde Basın Ahlak Yasası ve Basın Şeref Divanı Sözleşmesi'ni imzalamıştır. O dönemde oluşturulan ahlak yasası 10 maddeden oluşmakta ve gazeteciliğin temel etik kodlarını içermektedir. Ancak Basın Ahlak Yasası, 1967 yılında Şeref Divanı'nın ortadan kaldırılmasıyla birlikte işlevini yitirmiştir. Bu dönemden sonra yeniden etik kodların oluşturulması için çabalar ortaya koyulsa da 1987 yılına kadar net bir sonuca ulaşılamamıştır. Dönemin bazı tanınmış gazetecilerinden oluşan bir çalışma grubu⁵ yeniden Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi sözleşmesinin oluşturulması için harekete geçmiştir. Basın Konseyi 6 Şubat 1988'de kuruldu ve göreve başladı. 16 maddeden oluşan Basın Meslek İlkeleri ise şu maddelerden oluşmaktadır:

- A. Yayınlarda hiç kimse, ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.
- B. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı, genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.
- C. Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleği ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.
- D. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

⁵ Çalışma grubu, dönemin Hürriyet Gazetesi Başyazarı Oktay Ekşi başta olmak üzere; Hasan Cemal, Güneri Cıvaoglu, Yalçın Doğan, Teoman Erel, Orhan Erinç, Yurdakul Fincancı, Güngör Mengi ve Rauf Tamer'den oluşmaktadır.

- E. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.
- F. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz.
- G. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmediği sürece yayınlanamaz.
- H. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.
- İ. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirtilmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.
- J. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul sebepler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.
- K. Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasi, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.
- L. Gazeteci mesleğin saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumla haber araştırmaktan sakınır.
- M. Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır.
- N. İlan ve reklâm niteliğindeki yayınların bu nitelikleri tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.
- O. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.
- P. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip haklarına saygı duyarlar (Altun, 1995: 129, 130).

B. Ombudsmanlık (Okur Temsilciliği)

Türkçeye okur temsilciliği olarak çevrilen bu kurum, okurla gazete arasındaki bağı kuvvetlendirmek, aralarında bir bağ, köprü oluşturmak ve iletişimi sağlamak amacıyla kurulmuştur. Okur temsilciliğinin kurumsal olarak Türkiye'ye girişinden önce halkın sesini, sorunlarını duyurmak amacıyla gönderdiği mektup ve benzeri iletiler gazetelerde yer almaktaydı. Özellikle büyük kentlerde yaşayanları etkisi altına alan altyapı sorunları ile ekonomik ve kültürel bir takım sorunların gazeteler aracılığıyla kamuoyuna taşınması cumhuriyetin hemen öncesinde ortaya çıkmıştır. Okur temsilciliğinin kurumsal olarak yapılandığı dönem ise 1980 darbesi sonrasında oluşan yeni ekonomik ve siyasi döneme denk gelmektedir. Okur temsilciliğinin ilk örnekleri Hürriyet gazetesinde görülmüştür. Bu kurumun tam anlamıyla kurumsal yapıya dönüştüğü tarih ise 1999'dur. Milliyet gazetesinden Yavuz Baydar ve 3 yıl sonra Hürriyet gazetesinde okur temsilcisi olarak yazılarına başlayan Doğan Satmış ilk örneklerdir. Sonraki yıllardan bugüne birçok gazete okur temsilciliği kurumuna önem vermiş ve bu yapıya gazetelerinde yer vermiştir. Sabah gazetesinde Yavuz Baydar, Hürriyet Gazetesinde Temuçin Tüzecan, Yeni Şafak'ta Yusuf Ziya Cömert, Vatan gazetesinde Okay Gönensin, Milliyet gazetesinde Derya Sazak, Zaman gazetesinde Hasan Sutay ve Cumhuriyet'te Fikret Dağlıoğlu bu görevi yerine getirmektedir (Yılmaz, 2007: 271, 272).

Okur temsilcisinin gazetede üstlendiği görev çalıştığı kuruma göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak haber toplantılarına gözlemci olarak katılır, eleştirilerini gazete yönetimine veya ilgili gazete çalışanlarına iletir, her hafta düzenli olarak okur temsilcisi köşesinde okuyucu eleştirilerini yanıtlar veya haber içeriklerine ilişkin bazı sorunlara dikkati çeker. Gazetelerde önemli bir işleve sahip olan okur temsilcileri, üstlendikleri bu kritik görevin gerektiği gibi üstesinden gelebilmek için belirli bir birikime, deneyime ve saygınlığa sahip olmalıdır. İyi bir okur temsilcisi şu özellikleri taşımalıdır:

- A. Gazetecilik süreçlerini iyi bilmelidir. Bunun için de deneyimli bir muhabir veya editör olmalıdır. Gazetecilerin işlerini nasıl yaptığını, haberi takip ederken ve yazarken neler düşündüğünü anlayabilmelidir.

- B. Gazetenin hizmet verdiği okuyucu kitlesinin demografik, tarihi ve coğrafi özelliklerini kavrayabilmelidir.
- C. İnsanlarla gerçekten samimiyetle ilgilenebilmeli, savunma durumuna geçmeden onları dinleyebilmelidir.
- D. Başarılı bir okur temsilcisi güçlü bir karaktere sahip olmalıdır ve her okur temsilcisinin başına gelen yalnızlıkla baş edebilmek için psikolojik baskılara dayanıklı olmalıdır (Atabek, 2006: 6).

Okur temsilciliğine karşı olanların tezi masraflı ve bürokrasiye neden olması şeklindedir. Bu görüşü savunanlar okur temsilcisini okur ile editörün arasında bir engel olarak görmektedir. Yapıyı olumlayanlar ise okur temsilcisinin editöre giden yolu açtığını ifade etmektedir (Meens, 2010, 149).

1.3.4. Batıda Etik Standartlara İlişkin Düzenlemeler

Bugün dünyanın hemen tüm ülkelerinde basın kuruluşlarını denetleyen mekanizmalar bulunmaktadır. Düzenlemelerin kimi devlet eliyle, kimi de basın kuruluşlarının özdenetim uygulamalarıyla gerçekleşmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu yapılar devlet mekanizmaları dışında gazeteci örgütlerinin kendi uygulamalarıyla şekillenirken, az gelişmiş toplumlarda devlet baskısının daha hissedilir biçimde uygulandığı görülmektedir. Devletlerin iç uygulamaları ülkeden ülkeye değişiklik gösterirken, tüm ulusları kapsayan bazı genel düzenlemeler de bulunmaktadır. Bunlardan en dikkat çekici olanlardan biri 10 Aralık 1948 tarihinde Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'dir. 2. Dünya Savaşı sonrası yeniden şekillenen dünyayı ve dolayısıyla toplumları yeniden şekillendirme amacı taşıyan bu tarihi bildiride haberleşme özgürlüğü konusuna da değinilmiştir. 30 maddeden oluşan bildiride yer alan bazı maddeler şunlardır:

Madde 1- Bütün insanlar özgür, onur ve haklar bakımından eşit doğarlar. Akıl ve vicdana sahiptirler, birbirlerine karşı kardeşlik anlayışıyla davranmalıdırlar.

Madde 3- Yaşamak, özgürlük ve kişi güvenliği herkesin hakkıdır.

Madde 12- Kimsenin özel yaşamına, ailesine konutuna ya da haberleşmesine keyfi olarak karışılmaz, şeref ve adına saldırılamaz. Herkesin bu gibi karışma ve saldırılara karşı yasa tarafından korunmaya hakkı vardır.

Madde 18- Herkesin düşünce, vicdan ve din özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak, din veya topluca, açık olarak ya da özel biçimde öğrenim, uygulama, ibadet ve dinsel törenlerle açığa vurma özgürlüğünü içerir.

Madde 19- Herkesin düşünce ve anlatım özgürlüğüne hakkı vardır. Bu hak düşüncelerinden dolayı rahatsız edilmemek, ülke sınırları söz konusu olmaksızın, bilgi ve düşünceleri her yoldan araştırmak, elde etmek ve yaymak hakkını gerektirir (www. 209.85.229.132, (31.10.2009)).

Basında etik tartışmalarının en çok yaşandığı ülkelerden biri Amerika Birleşik Devletleri'dir. Basın Ahlak İlkeleri Amerika'da 1923 yılında ilan edilmesine rağmen bugün bile bakış açısında yaşanan farklılıklar devam etmektedir. Çünkü Gazete, televizyon vb iletişim araçlarında ilkeli yayın anlayışını ortaya koyan çalışmalarda yaşanan anlaşmazlıkların temelinde ahlak ilkelerinin ulusal boyutta düzenlenmemesi fikri vardır.

Basın ilkelerinin belirlenmesinde sıkıntı yaşasa da bu alandaki ilk düzenlemenin kaynağı yine Amerika'dır. 15 Aralık 1791 tarihinde yapılan anayasal değişiklikle, basın özgürlüğünü engelleyecek biçimde yasa yapma gücüne sahip kongrenin bu gücü elinden alınmıştır. Sonraki dönemde gerek devlet eliyle ve gerekse özdenetim mekanizmaları aracılığıyla bu ilkeler gözden geçirilmiştir. Amerika'da özellikle Basın Konseyi ve Ombudsmanlık Kurumu etik kuralların geliştirilmesinde başlıca araç olarak kullanılmaktadır.

1923 yılında ilan edilen ahlak ilkelerinin yerini, 1975 yılında Amerikan Gazete Yazı İşleri Müdürleri Kurumu'nun düzenlediği ahlak ilkeleri almıştır. Kurum, gazetecinin özgürlüğü, sorumluluğu ve görevlerini kapsayan temel ilkeleri 6 başlıkta toplamıştır.

A- Sorumluluk

Haber ve düşünce yaymanın başlıca amacı, halkı bilgilendirerek günün konuları hakkında görüş sahibi olmalarını sağlama yolu ile kamu refahına katkıda bulunmaktır. Bu mesleki gücü kişisel çıkar ya da değersiz amaçlar için kötüye kullanan basın mensupları kamunun güvenine layık değildir. Amerikan basınının özgür hale getirilmesi, yalnız haber vermek ya da bir tartışma ortamına hizmet etmek için değil, aynı zamanda hükümetin her düzeyindeki yetkililerin davranışları dâhil olmak üzere toplumun bütün güçleri üzerinde bir bağımsız denetim mekanizması oluşturma amacını gütmektedir.

B- Basın Özgürlüğü

Basın özgürlüğü kamuya aittir, resmi ya da özel olsun her türlü çevrenin saldırılarına karşı korunmalıdır. Gazeteciler kamu işlerinin açıklık ilkesine göre yürütülmesini güvence altına alma konusunda ve basını kişisel çıkarları için kötüye kullananlara karşı uyanık olmalıdır.

C- Bağımsızlık

Gazeteciler anlaşmazlıklarda taraf tutma ya da taraf olma görünümü vermekten kaçınmalıdır. Basının kişiliğinden ödün veren ya da ödün verici görünüm taşıyan hiçbir şeyi kabul etmemeli, bu yönde etkinlik göstermemelidir.

D- Doğruluk ve Geçerlilik

Okurun güvenini sürdürmek iyi gazeteciliğin temelini oluşturur. Haber içeriğinin gerçek, taraf tutmaktan uzak ve her türlü unsur ve yönleri kapsamı için tüm çaba gösterilmelidir. Başyazı, araştırma yazıları ve yorumların da haberlerdeki unsurlarda olduğu gibi aynı şekilde gerçekleri yansıtması gerekir. Önemli yanlışlıklar ve unutmalar derhal ve kolayca görülecek şekilde düzeltilmelidir.

E- Tarafsızlık

Tarafsızlık basının her şeyi sorusuz kabul etmesi anlamına gelmediği gibi, kendi görüşünü yansıtmasına da engel teşkil etmez. Ancak sağlıklı uygulama,

okurlara haber ve fikir yazılarını ayırt etme olanağı verir. Kişisel görüş ve yorum içeren yazıların bu nitelikleri belirgin olmalıdır.

F- Dürüstlük

Gazeteciler haberlere konu olan kişilerin haklarına saygılı olmalı, terbiye ve nezaket kurallarına uymalı, haberlerin gerçekliği açısından dürüst davranmalıdır. Açıkça suçlanan kimselere en kısa zamanda yanıt verme fırsatı tanınmalıdır. Kaynağın gizli tutulması konusunda verilen sözlere ne pahasına olursa olsun bağlı kalınmalı, bu nokta hafife alınmamalıdır. Haberin kaynağının gizli tutulması konusunda zorunluluk ve baskı yoksa kaynak açıklanmalıdır (Alemdar, 1990: 121, 122, 123).

1.3.5. Görsel Medya ve Etik

Televizyon haberciliğinde etik tartışmaları radyo ile başladı. Etik kıstasların şekillenmesi ve radyo haberciliğine yansıtılması radyo yayıncılığında haberin aktarım ilkelerinin şekillendiği döneme rast gelir. Görüntüyle birlikte dijital yayıncılığın geldiği nokta etik konusunu temelde aynı ancak “görüntünün özgünlüğü” nedeniyle farklı biçimlerde gelişmiştir. Radyodan doğan fakat radyo yayıncılarının kısa sürede düşman olarak görmeye başladığı televizyon (Matelski, 1996: 41) zamanla basında yer alan diğer güçlere karşı birlikte hareket etme kararı aldı. Basın kuruluşları ile radyo yayıncıları arasındaki bu savaş, CBS ve NBC ile Ulusal Yayıncılar Birliği arasındaki kimi anlaşmalarla giderilmeye çalışıldı. Anlaşmalar sayesinde gücünü arttıran radyo oldu ve 1930’ların sonlarına doğru radyo basın endüstrisinin boyunduruğundan kurtulmayı başardı. Ulusal Yayıncılar Birliği bünyesinde yer alan televizyon ve radyo 1950’lere gelindiğinde mutlak bir güç haline geldi (Matelski, 1996: 43, 44).

Amerika Birleşik Devletleri’nde televizyon haberciliğinin ve dolayısıyla Etik kavramının gelişimi Ulusal Yayıncılar Birliği’nin artan gücüyle paralel olarak gerçekleşmiştir. Televizyonun doğum yeri Amerika, televizyon habercilerinin etik değerlerin düzenlenmesinde ön ayak olmuştur. Elektronik yayıncılığın özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası yaşadığı değişimle birlikte artan televizyon kanalları,

televizyon yayınlarında reklâm pastasından alınan payın büyümesi ve Amerika'nın kendi siyasi yapısı televizyon yayıncılarını özdenetim konusunda daha çok mesai harcamaya itmiştir. Etik standartların oluşturulması için Amerikan televizyon yayıncıları yalnızca dönemin yapısını değil, eski Yunan'dan ve sosyolojinin temel doktrinlerinden de yararlanmıştır. Bu dönemde Aristo'nun “doğru ve doğruya ulaşma” yöntemleri ile “entelektüel erdem” yaklaşımları televizyon muhabirlerinin etik değerlere bakışında mihenk taşı olmuştur (Matelski, 1996: 62).

Adalet Teorisi kitabıyla tanınan John Rawls, Etik'le ilgili bugünün bilim insanlarına da yol gösteren bir çizgiyi temsil etmektedir. Rawls adaletin tesisi için hakseverliğin temel olduğunu ve bütün etik kararların bu temel önerme akılda tutularak değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Hakseverlik kavramı yalın ve çelişkisiz bir anlatım sergilemektedir. Matelski, Rawls'ın hakseverlik yaklaşımına Christian, Rotzoll ve Fackler'in hakseverlik karşısında gelişen eşitsizliğin izah edilememesinin verdiği çelişkiyle şüpheli bakmaktadır. Matelski, Christian ve arkadaşlarının uluslararası bir uçak kazasının sunumunda yaşanabilecek eşitsizlik örneğini Rawls'ın yaklaşımına karşı bir tereddüt unsuru olarak sunmaktadır. Uçak kazasında farklı milliyetlerden insanların bulunduğu varsayılarak, bu insanların ekonomik ve siyasi güçlerindeki farklılıkların haberin “nasıl” sunulacağına ilişkin soru işaretlerine dikkat çekmektedir. Rawls her şeye rağmen sunumda eşitliğin “hakseverlik” ilkesi uyarınca sağlanmasının gerekliliğine dikkat çeker. Burada benzer bir örnek, Türkiye'den karşımıza çıkmaktadır. BBP Genel Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu ve beraberindeki 5 kişinin maruz kaldığı helikopter kazasının Türk televizyonlarındaki aktarımında Rawls'ın teorisi dışında gelişen aktarım biçimi dikkat çekmektedir. Kahramanmaraş'ta meydana gelen helikopter kazasında yalnızca Yazıcıoğlu değil, aynı zamanda BBP'li 3 parti üyesi, bir muhabir ve helikopterin pilotu da kazazede olduğu gerçeğine rağmen, Yazıcıoğlu'nun politik gücü onun hikâyesinin diğer kazazedelerin hikâyesinin önüne geçmesine neden olmuştur. 25 Mart 2009 Çarşamba günü saat 16.00 sularında meydana gelen kaza sonrası başlatılan arama kurtarma çalışmaları, 28 Mart 2009 Cuma günü saat 15.00 dolaylarında Kahramanmaraşlı köylülerin enkaza ulaşmasıyla kısmen sona erdi. Devlet güçlerinin olay yerine ulaşması ile çalışmalar helikopterde bulunan 6 kişinin

de öldüğünün netleşmesiyle birlikte ise kesin olarak sona ermiştir. Aradan geçen 47 saatlik sürede NTV, Habertürk, Kanal 24, CNN Türk gibi haber ağırlıklı tematik kanallar başta olmak üzere hemen tüm televizyon kanallarında Muhsin Yazıcıoğlu eksenli yayınlar gerçekleştirilmiştir. Enkazın bulunduğu 28 Mart akşamı ise Kanal D, Kanal A, Kanal 7, Star TV, Haber Türk televizyonlarının ana haber bültenlerinde, Yazıcıoğlu'nun hayatını anlatan haberlere yer verilmiştir.⁶

Televizyon haberlerinde karşılaşılan etik sorunların temelinde görüntü faktörü bulunmaktadır. Televizyon haberciliğinde görüntülerden kaynaklanan etik sorunlar, özellikle arşiv görüntülerinin kullanılması, canlandırmaya başvurma, film görüntülerinin kullanılması, amatör kamera görüntülerini kullanılması ve gizli kamera çekimleri noktalarında yoğunluk göstermektedir (Uzun, 2009: 193).

Televizyonun oluşturduğu gösteri dünyası ile haberciliğin oluşturduğu görsel dünyanın içinde yer alan bu figürler, onların yaşantısı ve televizyonu başında onları takip eden milyonlar arasındaki ilişki etik değerlendirmelerde önemli bir yeri işgal etmektedir. Ün, gerçekten bireyi, kamu mülküne ait olan sabit bir demirbaş haline gelmeye mi zorlamalıdır? Öte yandan, toplum içinde etkin bir figür olan bir ünlünün, sürekli halkın gözleri önünde bulunmak gibi bir sorumluluğu var mıdır? Daha ayrıntıya inildiğinde, halk her şeyi bilmeyi hak etmekte midir? (Matelski, 1996: 73)

Görsel medya türleri için –özellikle televizyon- en çok tartışılan etik sorunlardan biri de trajik haberlere ilişkin olanlardır. Doğal afetler, trafik ve iş kazaları, yangınlar, savaşlar, toplumsal çatışmalar türünde olaylar etik sorunların kaynağıdır (Uzun, 2009: 191).

Televizyon haberciliğinde haber konularının seçimi ve etik süzgeçten geçirilmesi de ülkelere göre farklılık göstermektedir. Televizyon kuruluşlarının kendi etik kuralları çerçevesinde şekillenen kuralların yanı sıra, ülkelerin etik

⁶ 25, 26, 27 Mart 2009 tarihlerinde Haber Türk, NTV, Kanal 24 ve CNN Türk televizyonlarında; Büyük Birlik Partisi Genel Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu, partiye üye 3 kişi, bir gazeteci ve helikopter pilotunun Kahramanmaraş'ta karıştığı helikopter kazasının “son dakika” başlığıyla gün boyu devam eden yayınlar. 28 Mart 2009 tarihinde Kanal D, Kanal A, Kanal 7 ve Star TV Ana Haber Bültenlerinde Muhsin Yazıcıoğlu ile ilgili gerçekleştirilen yayınlar.

anlayışlarından kaynaklanan farklılıklar da göze çarpmaktadır. Kanada’da trajik olaylara ilişkin haber sunumları ile ilgili araştırma yapan Amerikalı İletişim Araştırmaları Uzmanı Raphael Cohen, genel anlamda basının bu ülkede intihara yaklaşımını; “...Kanada basını, söz konusu kişinin haber değeri katacak kadar tanınan biri olmaması şartıyla intiharları haber yapmama konusunda geleneksel bir politikaya sahiptir (Almagor, 2002: 162)” sözleriyle değerlendirmiştir.

Büyük yankı uyandıran terörist Abdullah Öcalan’ın yakalanışıyla başlayan haber yapma süreci ise Türkiye’den farklı ve özgün bir örneği teşkil etmektedir. Abdullah Öcalan’ın yakalanışı ile başlayan hikâye, Öcalan’ın yargılanma süreci ile birlikte yeni bir heyecana neden oldu. Abdullah Öcalan’ın yargılanmasını halk yerine basın yapıyordu. Yani ona karşı duyulan kin ve nefreti medya dile getiriyordu. Medya halk yerine ağlıyor ve ağlatıyordu. Dolayısıyla medya olayın dramatik boyutunu öne çıkarmak adına, izleyicilerin vermesi düşünülen tepkileri de vererek, sunarak daha da trajikleştirmektedir.

Dış haberlerle ilgili konularda da etik ihlaller yapılmaktadır. Özellikle savaş ve çatışma durumunda haberlerin nesnelliği, gerçekliği ve etik boyutu son derece tartışılır hale gelmektedir. Dünya savaşları sırasında gazetelerde yanlı ve yalan haberlerin kabul edilebilirliği, televizyon haberlerinde de ortaya çıktı. Televizyon haberciliği Vietnam’da verdiği ilk sınavdan görece bir nesnellikle çıkmayı başarmış ancak Amerika’nın savaşı kaybetmesine yol açmıştır. BBC gibi bağımsız bir televizyon kuruluşu bile Falkland çatışmasında sansüre uğramıştır. Kara ve deniz kuvvetleri mensupları BBC’nin kullandığı bütün filmleri önceden izleyip, görüntüleri ve kullanılan dili sansürlemişlerdir. Körfez Savaşı sırasında da bilgilerin tek elden verilmesiyle benzer bir sansür uygulanmıştı. Ancak asıl önemlisi, televizyon ve basın mensuplarının kendi ülkeleri lehine yaptıkları oto sansürdü. Açık bir sansürün olmadığı Vietnam Savaşı’nda muhabirlerin kendi kendilerini sansür ettikleri, insanların yaşamlarını tehlikeye atmamak adına askeri bilgileri kamuoyundan gizledikleri, yazdıklarının sorumluluğunu taşımak rahatsız edici olduğu için yükü askeri yetkililerin omzuna attıkları bilinmektedir (Şeker, 1999: 106, 107).

Yazılı basında oluşturulan etik düzenlemelerin hem dünyadaki hem de Türkiye'deki seyrine ilişkin önemli başlıklara yukarıda yer verildi. Televizyon haberciliğinin gelişim sürecinde de Amerika başta olmak üzere birçok ülkede ve birçok meslek içi örgütlenmelerde etik düzenlemeler yapılmıştır. Radyo ve televizyoncuların sorumluluklarını belirleyen ilkelerden en dikkat çekenini Amerikan Radyo Televizyon Haber Yönetmenleri Birliği'nce belirlenen Haber Ahlak Yasası'dır. Radyo Televizyon Haber Yönetmenleri Birliği üyeleri aşağıdaki standartları kabul eder ve uygularlar:

- A. Yayınlanacak haber malzemesinin kaynağını ya da doğasını dengeli, dürüst ve adil bir biçimde sunmaya çalışmak.
 1. Sansasyonellikten ve herhangi bir biçimde yanlış anlaşılacak bir vurgulamadan kaçınarak, enformasyonu yalnızca haber olarak değerlendirecektir.
 2. İşitsel ya da görsel malzemenin izleyiciyi aldatacak bir biçimde kullanılmaması için göz kulak olacaklardır.
 3. Canlandırma ya da prova niteliğindeki herhangi bir malzemeyi canlı yayınmış gibi sunup kamuoyunu yanıltmayacaklardır.
 4. Yalnızca gerekli hallerde insanları, ırklarıyla, inançlarıyla, milliyetleriyle ya da öncelikli statüleriyle tanımlayacaklardır.
 5. Düşünceyi ve yorumu açıkça belli edeceklerdir.
 6. Yanlışlıkları derhal kabul edip düzeltereklerdir.
- B. Kendilerini açık ya da gizli çıkar çatışmalarının etkisinden koruyacak bir tutum almaya çaba göstereceklerdir. Yargılarını etkileyecek ya da etkiler görünecek armağanları ya da iyilikleri reddedeceklerdir.
- C. İlgilendikleri insanların itibarına, özel hayatın gizliliğine ve dinginliğine saygı göstereceklerdir.

- D. Gizli kaynakların korunması ihtiyacını kabul edeceklerdir. Yalnızca bu konudaki vaatlerini tutmayı amaçlıyorsa gizlilik vaadinde bulunacaklardır.
- E. Herkesin adil yargılanma hakkına saygı duyacaklardır.
- F. Öteki yayıncıların özgül yayınlarını, ancak izin almak suretiyle yayınlayacaklardır.
- G. İster Radyo Televizyon Haber Yönetmenleri Birliği üyeleri olsunlar ister olmasınlar, bütün gazetecilerin bu kurallara uymasını etkin bir biçimde teşvik edeceklerdir (Matelski, 1996: 101, 102).

Radyo ve televizyon habercilerini kapsayan etik kurallar ilerleyen dönemlerde de farklı ülkelerde ele alınmaya devam etti. Yine bunlardan en dikkat çeken ve aynı zamanda Türkiye'yi de bağlar nitelikte olanı Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'dir. Avrupa ülkelerinin yayıncıları toplanarak elektronik basında özdenetim konusuna ilişkin bir sözleşme taslağı hazırlamışlardır. Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi adıyla kabul edilen taslak, 5 Mayıs 1989'da imzaya açılmış ve 1 Mayıs 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

- A. Haberi yazan, insan onuruna ve temel haklarına saygılı olacak,
- B. Haber, edebe aykırı olmayacak, pornografi içermeyecek,
- C. Şiddet eğilimini körüklemeyecek, ırkçı, nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmayacak
- D. Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyecek türden program hizmetleri, çocukların seyredebileceği zamanlarda yayınlanmayacak,
- E. Haberde gerçekler, olayların doğru olarak sunulmasını sağlayacak, özgürce kanaat oluşumunu özendircektir (Bülbul, 2000: 58).

Türkiye Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesini 7 Eylül 1992 tarihinde imzalamıştır. TBMM'de kabul edilen sözleşme metni, 12 Aralık 1993 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Sözleşmenin 29. maddesine göre Türkiye 21 Ocak

1994 tarihinden gerekli belgeleri Avrupa Konseyi Genel Sekreterliğine sunmuştur. Sözleşmenin bu maddesine göre, Türkiye’de 1 Mayıs 1994 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, ülkemiz açısından uyulması gereken yükümlülükler ve sınırlamalar getirmiştir (Akın, 2002: 56, 57).

A. Türkiye’de Radyo Televizyon Yayıncılığında Temel Esaslar ve Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK)

Dünyanın hemen her yerinde radyo televizyon yayıncılığını düzenleyen bir takım kurallar bulunmaktadır. Ülkelerin sahip olduğu siyasal yapılar televizyon ve radyo yayınlarını da etkilemektedir. Bu etkileşimde başrolü yasalar almakta, yayın kuruluşlarının hem sahiplik yapısını hem de yayın içeriğini belirli kurallar ölçüsünde tanımlamaktadır. Yasama, yürütme ve yargının ardından 4. güç olarak gösterilen medyanın toplum üzerindeki etkisini de dengelemek yine yasaların görevidir. Çünkü hukuki nitelikteki düzenlemeler yayıncı izleyici ilişkisini şekillendirmekte ve bir anlamda izleyicinin sahip olduğu hakları da gözetmektedir. İşte tam da bu noktada devletin denetleyici özelliği tartışmaları beraberinde getirmektedir. Denetimin sınırı, yayın sınırları ile basın özgürlüğü söylemini karşı karşıya getirmektedir. 1982 Anayasası ile televizyon ve radyo yayıncılığında yeni düzenlemeler yapılmıştır. Anayasa radyo ve televizyon istasyonlarının yalnız devlet eliyle kurulabileceği hükmünü taşımaktadır.⁷ 11 Kasım 1983 tarihli Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Kanunu TRT’ye has önceki kanunları yürürlükten kaldırarak genel Radyo Televizyon kanunu niteliğini almıştır. Ancak yapılan değişiklikler kanunlardaki karmaşayı tam olarak gidermeye yetmediği için 1990 yılına kadar süren bir dönemde

⁷ 1982 Anayasası asker tarafından hazırlanmıştı. Dolayısıyla bu anayasada yayın ve habercilikle ilgili maddelerin özel teşebbüsü özendirilen veya önünü açan bir yapıda olması beklenemezdi. Radyo ve Televizyon yayıncılığıyla ilgili düzenlemede “radyo ve Televizyon istasyonları ancak devlet eliyle kurulur ve idareleri bir kamu tüzel kişiliği halinde düzenlenir” ifadeleri yer alıyordu. Yani 1982 Anayasası tıpkı 1972 yılındaki düzenlemede olduğu gibi devlet tekeli olduğu gibi devam ettirmiştir. 1990 yılı Türkiye’de özel televizyonculuğun başladığı döneme tekabül eder. Anayasa televizyonculuğun devlet eliyle gerçekleştirilebileceği yönünde hükümler içerse de 80’lerin sonunda aslında özel televizyonculuğun önünde net bir engelin bulunmadığına dair söylemler gelişmeye başladı. Bu bağlamda özel televizyonculuğun Türkiye’de önünü açan gelişme olarak dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın Amerika Birleşik Devletleri ziyareti sırasında yaptığı “yurtdışından Türkiye’ye yapılacak yayınların sakıncasının bulunmadığı” yönündeki açıklamaları Türkiye’de gerçekleştirilmesi planlanan özel televizyon yayıncılığına olumlu bir mesaj olarak değerlendirildi ve böylelikle Türkiye’de özel yayıncılığın yolu açılmış oldu.

Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluş noktasına gelmiştir. 1982 Anayasasının 133. maddesinde yapılan değişiklikten sonra, 13 Nisan 1994'te önce Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun kabul edildi ve ardından 20 Nisan 1994 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kurulması karara bağlandı. RTÜK sonraki dönemde Radyo ve Televizyon yayınlarına ilişkin ilkelerden bazıları şunlardır:

- A. Türkiye Cumhuriyeti'nin varlık ve bağımsızlığına, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne,
- B. Toplumun milli ve manevi değerlerine,
- C. Genel ahlak, toplum huzuru ve Türk aile yapısına,
- D. Anlatım özgürlüğüne, iletişim ve yayında çoğulculuk esasına,
- E. İnsanların ırk, cinsiyet, sosyal sınıf veya dini inançları dolayısıyla hiçbir şekilde kınanmaması ilkesine,
- F. Yayınlarda adalet ve tarafsızlığa, yasalara saygılı olma esasına,
- G. Kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliği taşıyan yayın yasaklarına,
- H. Özel amaç ve çıkarlara hizmet eden ve haksız rekabete yol açıcı yayın yapılmaması esasına,
- İ. Kişi ya da kuruluşların cevap ve tekzip haklarına saygılı olunması ilkesine,
- J. Haberlere, spor programlarına ve reklâmlara ayrılmış zamanlar hariç olmak üzere, yayıncıların, yayın zamanlarının en az yarısının yerli yapımlara ayrılmasını sağlamak, bu oranı seyircilerin taleplerini göz önüne alarak veya yayıncının haber verme, eğitim, kültür ve eğlendirme sorumluluklarını dikkate alarak, yayın türleri ve süreleri ile asgari niteliklerini de öngörmek suretiyle, aşamalı bir biçimde gerçekleştirmeleri hususlarına,

- K. Türkçeyi aşırılığa kaçmadan özellikleri ve kuralları bozulmadan konuşma dili olarak kullanmak; milli birlik ve bütünlüğün temel unsurlarından biri olarak çağdaş eğitim ve bilim dili halinde gelişmesini ve zenginleşmesini sağlamak esasına,

Uygun olmak suretiyle yayınlar yapılır (Akın, 2002: 68 – 70).

B. Yayıncılık Etik İlkeleri

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Televizyon Yayıncıları Derneği tarafından, Türkiye’de televizyon yayıncılığı alanında yaşanan sorunlar karşısında yayın kuruluşlarının, etrafında uzlaşacakları ortak bir etik davranış zemini oluşturulması amacıyla yürütülen çalışmalar sonucunda hazırlanan “Yayıncılık Etik İlkeleri” 3 Temmuz 2007 tarihinde imzalandı. Yerel ve bölgesel televizyon kuruluşu temsilcilerinin de görüşleri alınarak hazırlanan ilkeler şunlardır:

- A. İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak,
- B. İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları doğru, tarafsız ve eksiksiz yayınlamak,
- C. Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak,
- D. Çoksesliliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek,
- E. Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve önyargılara yer vermemek,
- F. Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak,
- G. Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağduyulu davranmak,
- H. Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek,
- İ. Özel hayata ve mahremiyete saygılı olmak,
- J. Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak,

- K. Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek,
- L. İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek (www.rtuk.org.tr, 2009).

İKİNCİ BÖLÜM

BASIN OLGUSU VE KONYA'DA YAZILI VE GÖRSEL BASIN

(GAZETE VE TELEVİZYONLAR)

Basın, toplumu ilgilendiren olgu ve olayları toplayıp kamuoyuna ulaştırmak amacıyla yapılanmış kurumlardır. Haber niteliklerine uygun bir olayın kamuoyuna ulaştırılincaya kadar geçen aşamalar basının kurumsal altyapılara sahip olmaları gerektiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla habercilik kurumsal bir iştir ve işleyişin sağlanması için organizasyon gerekmektedir. Ancak haber ve habercilik kavramlarının bugünkü anlamda kullanılması yüzlerce yıllık birikimin sonucunda oluşmuştur. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde basın olgusu –yerel ve yaygın biçimleriyle birlikte- ele alınacak, ardından Konya'da faaliyet gösteren yazılı ve görsel basın kuruluşları –gazete ve televizyonlar- tarihsel gelişimleri ile birlikte verilecektir.

2.1. YAYGIN VE YEREL BASIN

21. yüzyıl, toplumsallığın önemini ortaya koyarken, toplumsal yapılardan bağımsız hareket etme olanağı ve hatta bireysel yaşam modellerini imkânsız kılmaktadır. Gelişen toplum yapılarına paralel olarak değişen kitle iletişim yöntemleri ortak ses, ortak duygu ve dolayısıyla ortak bir anlayışı meydana getirmiştir. Bu süreci hızlandıran kitle iletişim araçlarıdır. Toplumu kitle iletişimi yoluyla şekillendiren ve belli bir anlayışa yönlendiren araçlar gazete ve dergi ile yüzyıllar boyu etkinliğini sürdürmüş, gelişen teknolojiyle birlikte bu araçların sayısı ve etkisi de artmıştır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları ya da basının toplumların şekillenmesinde oynadığı rol, bu kurumların kamusalından ileri gelmektedir. Kamusal görev anlayışıyla hareket eden bu yapılar, insanların yalnızca haber alma, bilgilenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda temsil ettiği kitlelerin de sesi olarak önemli bir işlevi yürütür. Bir kitle iletişim aracı olarak kamusal görev taşıyan basın “dördüncü güç” niteliğindedir. Basının yasama, yürütme ve yargının yanında böyle bir görevinin ve gücünün bulunması ancak parlamenter demokrasilerde mümkündür (Bodur, 1997: 23). Bir yönüyle de basın; ekonomik, sosyal ve siyasal değişkenlerin çözümlenmesinde kullanılabilecek en iyi araçlardan

biridir. Karmaşık toplumsal sorunların çözüm sürecinde en önemli unsur sorunun derinlikli olarak incelenmesi olarak düşünülürse, basın, sıralanan özellikleri ve işlevi itibarıyla en azından bu türden toplumsal zihin karışıklıklarının giderilmesinde sorunun kaynağına ışık tutabilecek bir özelliğe sahiptir.

Basın, kamu hayatı ve işleri hakkında bilgi veren, günlük yaşantının rutinini kolaylaştıran; kişilere daha geniş bir ortamda değişik insan, kurum ve düşüncelerle temas imkânı veren bir kitle iletişim aracıdır (Vural, 1999: 30). Gazetecilik yapan kitle iletişim araçları temel olarak basın adıyla nitelenmekte ve kurumsal olarak haber verme işlevini gerçekleştirmektedir. Basın kavramı elektronik, görsel ve yazılı türlerdedir ancak basın denince öteden beri ilk akla gelen, eğlendirme ve bilgilendirme işlevine sahip, süreli gazete ve dergilerdir. Dolayısıyla habercilik yapan kitle iletişim araçlarında yaşanan çeşitlilik basın kavramının kullanım alanını da genişletmiştir.

Basın yöneldiği hedef kitle açısından iki ana grupta incelenmektedir. Ulusal veya yaygın basın ile yerel basın bu iki temel grubu oluşturmaktadır. Basının temel işlevleri ortak gibi görünse de yaygın ve yerel basının taşıdığı görev farklılıklarını ve benzerlikleri ayrı ayrı incelemek gerekmektedir.

A. Yaygın Basın

17. yüzyılın hemen başında bugünküne benzer yapıda gerçekleştirilen basın faaliyetleri, kapitalizmin egemenliği ve teknolojiye yaşanan dönüşüm sürecinde farklı içeriklerle şekillenmiştir. 15. yüzyıl ortalarında Gutenberg tarafından yapılan ilk baskı modeli nasıl devrim niteliğinde idiyse, 21. yüzyılda yakalanan bilgiye dayalı yeni düzen aynı oranda devrim olarak nitelenmektedir. Yani insanlık tarihinin 20. yüzyıla gelinceye kadar yaşadığı gelişim özellikle 20. yüzyılın ortalarından sonra her on yılda bir tüm kazanımların da üzerine çıkacak biçimde gelişmelere sahne olmaktadır. Adına uzay, robot, bilgi ya da bilgisayar çağı denen bugünün dünyası temel olarak bilgiyi referans almaktadır. Dolayısıyla kitle iletişimi bugünün teknolojiyle baş döndürücü bir ivme yakalamıştır. Yaygın nitelikteki gazetelerin yakın zamana kadar yaşadığı dağıtım sorunu bile gelişen teknolojiye paralel olarak gelişen yerinde basım ilkesi sayesinde çözümsüzlükten kurtulmuştur.

Önceleri daha çok ulusal basın adıyla anılan ancak yerel basının “ulusal” kavramı üzerindeki eleştirileri nedeniyle “yaygın basın” olarak adlandırılmaya başlanan bu kavram, toplumsal ihtiyaçların çeşitlenmesi sonucu kültürel yayınlarda yaşanan çeşitliliğin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Yani yalnızca ülke bütünü değil, her yerleşim biriminin ihtiyaçlarındaki farklılık ve bölgesel yapılar yaygın ve yerel basının ayrı olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır. Yaygın basın, Türkiye içi ve dışı dağıtım yapıları olan basın ortamı olarak adlandırılmaktadır (Vural, 1999: 39).

Bir başka tanımla yaygın basın veya ülke basını; ülke genelinde dağıtım yapıları olan ulusal haberlerin yanında uluslararası ve yerel haberlerin de yer aldığı basılı periyodik yayınların bütünüdür (Yüksel ve Gürcan, 2001: 7).

Yaygın basın kimi kaynaklarda ise İstanbul basını olarak adlandırılmaktadır. Bu çerçevede yaygın basın; merkezleri İstanbul’da bulunan, ülke çapında sürekli ve düzenli olarak dağıtım yapıları olarak satışa sunulan yüksek baskı sayısına sahip gazeteler (Girgin, 2001: 147) şeklinde de tanımlanabilir.

Tüm bu tanımlamalardan yol çıkararak, “ülke kamuoyunun tamamına seslenen ve hedef kitlesini ülkenin bütünü olarak belirlemiş gazete, dergi, radyo ve televizyonların tamamı” yaygın basın olarak adlandırılabilir. Ülkelerin vazgeçilmez kurumlarından basının toplumsallığı ilkesi, toplumların gelişim ve değişimine paralel olarak gerçekleşmiştir. Basın tarihine bakıldığında siyasal ortamlar nedeniyle yaşanan karmaşa ve çalkantılı dönemlerden basının da fazlasıyla etkilendiği söylenebilir. Örneğin Avrupa’nın yaşadığı kültürel, ekonomik ve siyasal dönüşüm sürecine ayak uyduramayan Osmanlı’nın iç ve dış karışıklıklara paralel olarak değişimden asgari düzeyde nasibini aldığını söylemek olasıdır. Öte yandan basının geç de olsa Avrupa yoluyla ve özellikle azınlıklar aracılığıyla Osmanlı’ya girdiği söylenebilir. Bir diğer çıkarımla Avrupa’nın sömürgeci ideolojisine hizmet eden azınlık yayınlarının Osmanlı ülkesinde yer bulduğu ve hatta bu yayınların Osmanlı siyasetine yön verdiği yönünde değerlendirmeler yapılmaktadır (Alemdar, 2001: 41).

Türkiye’de yaygın basının merkezi İstanbul’dur. Bu durumun sebeplerini kentin “Osmanlı başkenti” kimliğinden yola çıkarak sıralamak mümkün ancak daha da önemlisi yapının Cumhuriyet döneminde de aynen devam etmesidir. Osmanlı’nın

son dönemlerinde azınlıkların hükümet üzerindeki faaliyetleri, muhalefetin tutumu ve İstanbullu genç gazetecilerin hem yeni rejim öncesinde hem de sonrasında düşünce dünyalarını yansıtacak adres olarak İstanbul'u görmüşlerdir. İstanbul basınının “yaygın” ya da “ulusal” kimliğini kazandığı süreç ise siyasal ve ekonomik dönüşümlerle doğru orantılı olarak gerçekleşmiştir. Örneğin 9 Ağustos 1928 tarihinde Latin harflerinin kabul edilmesi belli bir süre gazeteleri ve okuyucu kitlesini zor durumda bıraksa da, değişikliğin Türk basın tarihi açısından taşıdığı önem yadsınamaz. Ayrıca İkinci Dünya Savaşı öncesinde matbaalara giren dizgi makineleri, elle dizgi yönteminin terk edilmesini sağlamış ve ofsete kadar geçen sürede baskıda zaman ve görsellik açısından büyük kazanımlar sağlamıştır (Girgin, 2001: 147, 148).

1960'larda başlayan ofsete geçiş serüveni ise gazetecilikte yeni bir dönüşüm olarak görülmektedir. Ofsetten önce Türkiye'de yaygın olarak kullanılan tipo baskı sistemi, metal harflerin dökülmesiyle elde edilen, görsel malzemeyi basmanın zor olduğu, zaman alan ve kalitesiz bir baskı sistemiydi. Yoruculuğun azaltılması, zamandan tasarruf etme çabası ve görsel malzemelerin basımının kolaylaştırılması amacıyla yürütülen çalışmalar 1904- 1910 yılları arasında Amerika Birleşik Devletleri'nde geliştirilen ofset yöntemiyle sonuca ulaştı. Ancak ofset baskı makinelerinin basım sanayinde ve özellikle gazete basımında kullanılması ABD'de 1960'larda, Avrupa'da ise 1970'lerde gerçekleşebildi (Şeker, 2000: 46). 80'li yıllara gelindiğinde ise bilgisayarın kullanılmaya başlanması yeni bir baskı yöntemini web ofseti ortaya çıkardı. Gazetelerin içeriğinde ve hitap ettiği kitlede büyük değişim yaşanmaktadır. Gazeteler hazırlanış ve basım açısından dünyanın en ileri teknolojilerini kullanmaktadır.

B. Yerel Basın

Yerel basın, ülkenin çeşitli yörelerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayımlanan, yayımlandıkları yörenin haberlerini veren, sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aktarmayı hedefleyen yazılı basın organlarıdır (Girgin, 2001: 160).

Yerel basın için, “temel olarak yayımlandığı il, ilçe ya da bölge konularını ele alan basın yayın kuruluşlarıdır” denebilir. O halde yerel basını yaygın basından ayıran temel özelliğın hedef kitle ve içerik unsurları olduğu söylenebilir.

Yerel basın tıpkı yaygın basında olduğu gibi farklı isimlerle ve kavramlarla nitelenmiştir. Örneğın yerel basın için Anadolu basını ve taşra basını ifadeleri de kullanılmaktadır. Bu bağlamda kullanılan kavramların yerel basının sınırlarını çizer nitelikte olduğu gözden kaçmamaktadır.

Türkiye’de yerel basının ilk örnekleri 1860’larda ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısından günümüze uzanan süreçte yerel basın siyasal gelişmeler ışığında gelişim göstermiştir. Osmanlı’da ilk resmi yerel basın niteliğında çıkan yerel gazeteleri, II. Meşrutiyet’le birlikte oluşan özgürlük ortamına paralel olarak özel girişimin hızlandığı dikkat çekmektedir. Sonraki dönemlerde de savaş yılları, milli mücadele dönemi ve Cumhuriyet dönemlerinde de yerel basın hep siyasal etki altında varlığını sürdürme mücadelesi vermiştir (Şeker, 2007b: 27).

Türkiye’de yerel basın, Osmanlı Devlet sisteminin temel bileşenlerinden olan “eyalet sistemi” aracılığıyla ortaya çıkmıştır. Etnik, coğrafi ya da siyasal özellikler kullanılarak oluşturulan eyalet yapıları, toplumsal ilişkiler açısından da yerindelik ilkesini ön plana çıkarmış ve böylelikle yerel basın olgusunun doğuşuna zemin hazırlanmıştır (Arabacı vd, 2009: 19). 1864 yılında eyalet sisteminden vilayet sistemine geçişle birlikte yeni vilayetler kurulmuş, yerel basının gelişmesine katkı sağlayan vilayet matbaaları da bu yeni yapıların basım işlerini gerçekleştirmek için düzenlenmiştir (Kabacalı, 1998: 89). İlk vilayet gazetesi Mithat Paşa tarafından 1865 yılında çıkarılan Tuna Gazetesi⁸ olarak gösterilmektedir. Bazı kaynaklara göre 1860-1908 yılları arasında Osmanlı coğrafyasında 36 vilayet gazetesi yayımlanmıştır. Coğunluğu Türkçenin yanında vilayette konuşulan ikinci hatta üçüncü dillerde yayımlanan bu gazetelerin ilki Beyrut’ta çıkarılan Hadika-al-Ahbar’dır. Bu

⁸ Vilayetler oluşturulurken her merkezde birer matbaa da kurulmuştur. Bu matbaalarda önceleri kırtasiye işlerine ağırlık verilmiş, yıllıklar, takvimler, dini, edebi ve bilimsel eserler de basılmıştır. Bu arada birçok ilde Resmi Vilayet Gazetesi çıkarılmıştır. Bunun ilk örneğı Niş, Silistre ve Vidin’in birleştirilmesiyle oluşturulan Tuna vilayetinde, 14 Mart 1865’te Türkçe ve Bulgarca yayımlanan Tuna gazetesidir. Bu gazete 1 Eylül 1877’de yayın hayatına son vermek zorunda kalmıştır. (Atilla Girgin, Türkiye’de Yerel Basının Gelişmesi)

gazetelere benzer yapıda birçok gazete II. Meşrutiyet'e kadar olan sürede yayın hayatını sürdürmüştür ve II. Meşrutiyet'in ilanının ardından ortaya yeni bir yerel basın anlayışı çıkmıştır. Yeni basın kanunu ve sansürün ortadan kalkması sayesinde gazeteler uzun yıllar sonra ilk kez sansüre uğramadan basılmıştır. Bu dönemden itibaren gazetelerde adeta patlama yaşanmış, Osmanlı coğrafyasının hemen her bölgesinde gazete sayılarında büyük artışlar görülmüştür. İstanbul'da yaşanan özgürlük ortamı ve yayın başvurularındaki artış, Anadolu'da da etkisini göstermiş, özel girişimciler aracılığıyla basımevleri sayılarında artış yaşanmıştır (Güz, 2000: 51–55).

1. Dünya Savaşı'yla birlikte kısa süren özgürlük ve hoşgörü ortamı bir anda yerini kısıtlamalara ve imkânsızlıklara bırakmıştır. Savaşın başlamasının hemen ardından 25 Ağustos 1914 tarihli geçici yasayla “askeri sansürün izni olmadan ordu hareketleriyle ilgili haberlerin yazılması” yasaklanmıştır. Osmanlı Devleti'nin 1. Dünya Savaşı'na girdiği 1914 yılında, ülkede yayımlanan dergi ve gazete sayısı 73'tür. Bu sayı, 1915'te 6'ya düşmüş, 1916'de 8 olmuş, 1917'de 15'e, 1918'de 71'e yükselmiştir (Girgin, 1997: 22).

Kurtuluş Savaşı döneminde Mustafa Kemal Atatürk'ün Anadolu'ya geçmesiyle birlikte milli mücadeleyi destekler nitelikte gazeteler yayın hayatına başlamıştır. İrade-i Milliye ve Hâkimiyet-i Milliye doğrudan Atatürk tarafından çıkartılan gazetelerdir. Bu gazetelerin temel özelliği, milli mücadele döneminde halka birlik ve beraberlik ruhunu aşıl原因arak, işgale karşı direnişe katkı sağlamalarıdır.

Savaş yıllarının ardından yeni rejime geçilmesiyle birlikte hem yaygın hem de yerel düzeyde yayın yapan gazeteler siyasal etkiler altında değişik yönelimlerle varlıklarını sürdürme çabasına girmişlerdir. Türkiye 1923–1945 yılları arasında tek partiye dayalı otoriter bir siyasal rejim tarafından yönetilmiştir. Dolayısıyla bu yönetim anlayışına paralel olarak ülkedeki basın rejimi de otoriter bir yapıya sahip olmuştur. Çok partili düzene geçilinceye kadar basın sürekli olarak iktidar partisi tarafından denetim altında tutulmuş, dini yazılara izin verilmemiş, sol eğilimlere de

“Kemalist Çizgi” aşılmamak kaydıyla göz yumulmuştur. Bu çizgiyi aşan yayımlar sık sık kapatılmış yazarları da tutuklanmıştır (Girgin, 1997: 31).

1946 yılında Celal Bayar tarafından kurulan Demokrat Parti ile başlayan çok partili yeni dönemin en dikkat çeken değişikliklerinden biri ise basın yasasının⁹ değiştirilmiş olmasıdır. Bu yasayla birlikte gazetecilerin sendikalaşması, sigorta, iş mukavelesi ve bunlara benzer çalışan haklarını iyileştiren değişiklikler yapılmıştır. Ancak basın iktidar ilişkilerindeki bu rahat dönem çok uzun sürmemiş, DP iktidarı yasalarda değişiklikler ve cezalarda yeniden artırımlara gitmiştir. Kendi iktidarı döneminde getirdiği kısıtlamalarla basını sürekli baskı altında tutan CHP bile, muhalefette basın savunuculuğuna başlamış, basının özgürlük mücadelesinde DP’ye karşı basının yanında yer almıştır. Hatta bazı kaynaklar, dönemin CHP lideri İsmet İnönü’nün düzenlediği bir toplantıda basına şu sözleri verdiğini aktarmaktadır:

“İktidara gelince DP basın rejiminin temel taşını teşkil eden kanun bütün neticeleriyle yürürlükten kaldırılacaktır. Bunu CHP genel başkanı olarak taahhüt ediyorum. Neşir yasağı, cevap hakkı gibi bugün korkunç bir suiistimal konusu olan meseleler sadece adalet, sadece vatandaş hakkı gözetilen esaslara göre hallolunacaktır (Tutar, 1993: 11, 12).”

27 Mayıs 1960 darbesiyle birlikte basın kanununun birçok maddesi İsmet İnönü’nün aylar önce işaret ettiği gibi değiştirilmiştir. Ancak 1960 darbesiyle görece esnetilen bazı maddelerin 12 Mart 1971 tarihli muhtırayla yeniden hayata geçirildiği görülmektedir. Bu dönemde ilan edilen sıkıyönetim kanunu, görevli komutana hiçbir gerekçe göstermeksizin ev, işyeri, parti, dernek, sendikaları kapatma ve sansür koyma yetkisi getirmiştir. Bu yasaklar 12 Eylül 1980 darbesinde de benzer şekillerde yansımıştır. Milli Güvenlik Konseyi 2 Haziran 1981 tarihli 52 numaralı kararıyla basına yeni yasaklar getirmiş, bu yasaklar ancak liberal ekonomiye geçiş sürecinde yumuşamıştır. Örneğin tüm yurttaki sıkıyönetim ilan edildikten sonra Demokrat, Hergün ve Aydınlık gibi ideolojik gazeteler ile Gazeteciler Sendikası Ankara Şubesi

⁹ Demokrat Parti tarafından hazırlanan 5680 sayılı Basın Kanunu, 15 Temmuz 1950’de TBMM tarafından kabul edilerek 21 Temmuz 1950 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu yasa günümüze kadar 10 kez değişikliğe uğramıştır. Ayrıca, bu yasadaki para cezalarının hadleri, 7.12.1988 tarih ve 3506 sayılı yasayla, değişik oranlarda artırılmıştır. Sonradan birçok maddesi antidemokratik olarak değiştirilen yasa hala yürürlüktedir.

kapatılmış, 1983'te basın kanununun birçok maddesi değiştirilerek para cezaları arttırılmıştır (Şeker, 2007: 56).

Güçlü yerel basın ve yayın kuruluşları, demokrasinin gelişmesine katkı sağladığı gibi, yerel yönetimlerin denetimi konusunda ve halkın sistemle olan ilişkisini düzenlemede etkin role sahiptir. Tersinden bakıldığında ise işlevini yerine getiremeyen yerel basın, sistemin sağlıklı işleyişi ve sürekliliğine katkı sağlayamamaktadır. Yerel basın bir yönüyle yaygın basının yaşadığı temel sorunlara benzer özellikte sıkıntılarla mücadele etmektedir. Yerel basının temel sorunlarından biri İstanbul basınına eklenmiş olmasıdır. Bir diğer önemli sorun ise halk tarafından yeterince ilgi görmemesidir. Yerel basının teknik açılardan da ciddi sorunlarla karşı karşıdır. Basım ve dağıtımın yanı sıra personele yönelik sorunlar da yaygın ve yerel basın arasındaki farkı ortaya koymaktadır (Ayhan ve Demirsoy, 2007: 135).

Yaygın ve yerel basını aynı oranlarda olmasa bile etkileyen temel sorunlardan biri ekonomik yetersizliklerdir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ekonomilerde yaşanmış ya da yaşanan istikrarsız tablolar, enflasyon, kişi başına düşen gelir ve satın alma gücü gibi sorunlar doğrudan satışı ve geliri olumsuz yönde etkilemektedir. Ülkenin ekonomik potansiyeline bağlı olarak ilan ve reklâm vermesi beklenen firmaların içinde bulunduğu eksiklikler nedeniyle gelişmemesi de ilan ve reklâm gelirlerinde yeterli seviyeye ulaşılmasının önündeki en büyük engellerdendir (Şeker, 2007: 74, 75). Bu sorunların aşılması amacıyla, devlet, sendikalar, özel sektör ve kimi düşünce kuruluşları nezdinde girişimlerde bulunmakta ve çeşitli adımlar atılmaktadır. Ancak yerel basının sorunları bunlarla sınırlı değildir. Haber kaynakları açısından geniş bir yelpazeye sahip yaygın basın kuruluşlarının aksine yerel basın kuruluşları, haber kaynağı açısından da çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Mahalli idareler, sendikalar, siyasi parti temsilcilikleri, dernek, sendika ve odalarla sınırlı kalan yapılar, haberin birincil kaynağı olarak sürekli olarak şehir gündeminde yer almakta, dolayısıyla bu yapılardan oluşturulan haberlerin içeriği de sürekli olarak sorun teşkil etmektedir. Yerel basın ve yayın kuruluşları ve yukarıda belirtilen haber kaynakları arasındaki ilişki türü yeni bir açmazı ortaya çıkarmaktadır. Belirtilen

kaynaklarla ilişki içerisinde bulunan habercilerin, yakınlık dereceleri ile enformasyon paylaşımı konuları ayrı bir tartışma konusudur.

Yerel basında yaşanan temel sorunlardan biri de çalışan sayısının azlığı ve niteliksiz eleman çalıştırma alışkanlığıdır. Bir diğer ifadeyle profesyonel kadro eksikliği yerel basın kuruluşlarının yayın ve yayımlarını içerik ve baskı kalitesi anlamında etkilemektedir. Bu nedenle gerek meslek içi eğitim konularında, gerekse gazetecilik eğitimi veren kuruluşların arttırılması amacıyla her geçen gün yeni girişimler ortaya çıkmaktadır. Öte yandan çalışan görüntüsüne bakıldığında hala iletişim fakültesi mezunlarının yeterli seviyede bulunmadığı görülmektedir. Kentlerde yaşanan işsizlik ve maddi imkânsızlıkların gençleri, gazetecilik donanımından yoksun olmalarına karşın bu mesleğe itmekte, çoğu kısa sürede sektörden kopmaktadır.

Yerel gazeteler için baskı sayısı, televizyon ve radyolar için ise izlenilirlik ve dinlenilirlik oranları yerel basın ve yayıncılığın içinden çıkamadığı bir sorun olarak süregelmektedir. Şüphesiz bir gazete için baskı sayısı ve satış oranı, o gazetenin gücünü ortaya koyan temel kıstaslardan biridir. Dolayısıyla Türkiye ortalamasında birçok gazetenin, özellikle Basın İlan Kurumu'na bağlı şubesi bulunmayan illerde yayın yapan kuruluşların bırakın baskı sayıları, doğru düzgün denetimlerinin bile yapılamadığı da bir gerçektir. Basın İlan Kurumu şubesi bulunan 10 ildeki yerel gazetelerin elde ettiği günlük fiili satış; 100.000'i İstanbul, 40.000'i Ankara, 60.000'i İzmir, 25.000'i Bursa, 15.000'i Adana, 17.000'i Konya, 15.000'i Gaziantep, 16.000'i Kayseri, 15.000'i Antalya ve 20.000'i Trabzon olmak üzere 323.000 olarak gerçekleşmektedir. Yerel basının en güçlü olduğu illerdeki toplam satış miktarının ortalama bir yaygın gazeteye bile ulaşamıyor olması yerel basının içinde bulunduğu zorluğu ortaya koymaya yetmektedir (Şeker, 2007: 106).

C. Yaygın ve Yerel Basının Özellikleri

Yaygın basın, basının temel özelliklerinden kamuoyu oluşturma unsurunu en iyi kullanan araçlardır. Yurt içinde sahip olduğu geniş basın ve dağıtım ağı, yurt dışından haber verebilme özelliği, temsilcilikler, bürolar ve geniş çalışan kadrosuyla ülke çapında etkinlik gösterebilmektedir. Yaygın basını bu denli etkin kılan şüphesiz

ekonomik yapılarıdır. Gazeteyi ayakta tutan sermaye yapısı olduğuna göre, bu sermayeyi bir araya getiren gazetelerin ekonomik getirilerinden ziyade, gazetecilik dışında faaliyet gösteren bağımsız sermaye yapılarıdır. Bu özelliği itibarıyla basın konunun özüne de uygun olarak etik tartışmaların tam ortasında ve bir anlamda çıkmazdadır.

Basının toplumsallığı yaygın basının öne çıkan özelliğidir. Yani toplumun bütününe ilgilendiren bir olaya nasıl “haber” deniyorsa, habercilik yapan kitle iletişim araçlarının toplumsallığı hedef kitle açısından ayrı bir anlam taşımaktadır. Toplumsal bir kurum olarak basın haberin etki alanına paralel olarak bireyin yaşamında edindiği yer ve anlam açısından değerlendirilebilir. Bu bağlamda basın bireylerin etki alanına çekilmesi ve toplumsal bir algının oluşturulmasında sahip olduğu özellik açısından dikkat çekmektedir. Dolayısıyla toplumun bütününe ilgilendiren konularda yaygın basının farkı daha açık ortaya çıkmaktadır.

Girgin, yerel basının temel özelliğini şu sözlerle ifade etmektedir:

“Yayımlandığı yörede, bireylerin sorunlarını çözmede yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu yönde gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve bu arada yerel yönetimleri bir ölçüde denetleyerek, eleştirerek kamu görevi yapmaktır (Girgin, 1997: 161).”

Yerel basın ve yayın kuruluşları, içinde buldukları yapıyı en iyi bilen ve gözlemleyen yapılardır. Yerel basın çalışanları, bölgenin ya da yörenin değerlerini, kültürel unsurlarını, ekonomik durumunu ve siyasal çizgisini yakından takip etme ve değerlendirme imkânına sahiptir. Aynı zamanda yerel basın, bölgede yaşanan her türlü sorunu ve ortaya koyulabilecek çözüm önerilerini doğrudan bölge gündemine taşıma gücüne de sahiptir. Bu özelliğiyle yerel basının aslında ülke gündeminde ayrı ayrı ve daha da önemlisi ayrıntılı olarak yer bulma imkânına sahip olmayan yerleşim birimlerinin kendi gündemlerini oluşturmalarına en büyük katkıyı sağlamaktadır. Tıpkı ülke bütününe kapsayan siyasal sistemlerde olduğu gibi taşrada da mahalli idareler aracılığıyla oluşturulan yerel yönetim sistemleri, basın, sendikal yapılar, odalar, dernekler ve siyasal unsurlarla birlikte bütünleşik bir düzeni

oluşturmaktadır. Bu yönüyle yerel basın, hem kendi gündemini belirlemekte, hem de yeri geldiğinde ülke gündemine malzeme temini görevini üstlenmektedir.

Merkezi yönetimlerin ülke ve bölge meselelerine çözüm üretme potansiyelinde yaşadığı tıkanıklıklar sadece basın yayın kuruluşları bağlamında değil, genel itibarla da yerele yönelişe sebep olmuştur. Bu nedenle batıda olduğu gibi Türkiye’de de yerele tarihsel açıdan bakıldığında ikinci bir yönelişin gerçekleştirilmek isteniyor olması, daha fazla demokrasi ve daha fazla kalkınma anlamını taşımaktadır.

Türkiye örneğinden hareketle yerel basının en önemli özelliklerinden birisi milli mücadele döneminde kendini göstermiştir. Ulusal bağımsızlık savaşının verildiği yıllarda ve cumhuriyetin kuruluş sürecinde önemli görevler üstlenen yerel basının büyük bölümü, özellikle birlik ve bütünlük anlayışını terk etmeyerek bağımsızlık sürecine katkı sağlamıştır. Hatta yerel basın, İstanbul basınının aksine – sansür nedeniyle İstanbul’da haber ve bazı yazılar yayımlanamamaktaydı- milli mücadeleye destek vermek şartıyla farklı fikir ve çizgide yayınlarını sürdürmüşlerdir (Ayhan, 2009: 113, 114).

Kayacan ayrıca yerel basını yaygın basından ayıran özellikleri şu başlıklarda toplamıştır:

- A. Çalışmaları küçük çaplı olduğundan, çevre ile ilişkileri gereği adil, objektif ve dengeli olmalıdır.
- B. Gerek politik, gerek sosyal, gerek ekonomik konuların en ince detaylarına kadar inmesi nedeniyle buldukları yerlerde büyük bir etkiye sahiptir.
- C. Baskı sayıları küçük olmasına rağmen, yerel gazeteleri basıldığı sayıdan çok daha fazla insan okur, yazılanları o yöredeki herkes konuşur.
- D. Büyük şirketler, baskı sayısı, kar hesaplarından uzak oldukları için daha fazla güvenilirlik taşır (Kayacan, 1996: 82).

D. Yaygın ve Yerel Basının Görev ve İşlevleri

Liberal yaklaşım çerçevesince, basın serbest Pazar ekonomisi içinde iş gören herhangi bir sektörden farklı olarak demokrasiyle ilişkisi bağlamında tanımlanır. Bu nedenle gazetecilik etiğini anlamak, demokratik ülkelerde basına yüklenen işlevleri kavramakla doğru orantılıdır (Uzun. 2009: 34).

Basının toplumu ciddi şekilde etkisi altına alabildiği bir gerçektir. Basının sahip olduğu bu güç, yasama, yürütme ve yargı erklerinin ardından 4. kuvvet olarak gösterilmesini de bir gereğidir. Bu gerçekten hareketle insan kitlelerini belli bir düşünce etrafında ve özellikle de hızlıca toplama kabiliyetine sahip olan basının bu işlevi gerçekleştirirken içine düştüğü yanlışlar basında etik kaygıların oluşmasına yol açmıştır. Hâlbuki basının işlevlerini sıralarken karşıt olarak ortaya çıkan tepkiler, yani işlevsizlikler basın etiğinin hedefi olmuştur. Çevreyi izlemek, sosyal iletişimi sağlamak, dünya hakkında bir geniş görüşlülük sağlamak, kültürü iletmek, mutluluğa katkıda bulunmak ve satışı sağlamak basının asıl işlevleri olarak sıralanabilir (Bertrand, 2004: 17, 18). Bununla birlikte basının yönetilenlerle yönetenler arasındaki yeri de sahip olduğu işlevler açısından önem taşımaktadır. Basının toplumu doğru şekilde bilgilendirme görevi olduğuna göre, iktidarla halk arasındaki ilişkide de doğruyu olduğu gibi aktarma görevi vardır. Basın yönetenleri denetlerken; yapılan hataları ve yanlış uygulamaları da ortaya koyarak uyarı görevini yerine getirmekle yükümlüdür.

İktidarla halk arasındaki iletişimi daha ziyade basın sağlamaktadır. Dolayısıyla basın, yalnızca iktidarı denetlemekle değil, idareciler ve halk arasındaki iletişimi de sağlamakla görevlidir.

İletişim araştırmacılarından Lasswell, basının üç temel özelliğine dikkat çekmiştir: “Çevre gözetimi, toplumun çeşitli kesimlerinin çevreyle olan tepkilerinde ilişki içinde olmaları, sosyal mirası bir kuşaktan diğer kuşağa aktarmak. Bu üç işleve daha sonra Wright eğlendirme işlevini de eklemiştir (Severin ve Tankard, 1994: 511).

Yukarıda da ifade edildiği gibi yönetilenlerle yönetenler arasında bir bağlantı olmak zorundadır. Yönetimin sürekliliği ve icraatların denetimi için iletişimin sürekliliği esastır. İktidarlar eylemleri ve karar mekanizmalarını çalıştırırken bir yandan da halkın düşüncesini bilmek ister. İster gelişmiş batılı demokrasilerde olsun isterse zorla elde edilmiş yönetimlerde, kamuoyunun gerekliliği ve varlığı yadsınamaz. Bu nedenle idareciler ve yönetilenleri buluşturan, eylem ve söylemlerin harmanlandığı yer ya da başka bir ifadeyle “ilişki ve etkileşim sürecindeki değme noktası” kamuoyunu ifade etmektedir (Girgin, 2003: 107).

Bir yönüyle söylemlerin dile getirildiği platform olarak nitelendirilebilecek basın ve yayın kuruluşları kamuoyunun oluşmasında oldukça etkindir. Haber ve yayınların çeşitliliği ile bu iki unsurun ağırlık kazandığı konular, tüm kitle iletişim araçları içinde basını ön plana çıkarmaktadır. Böylelikle söylemlerin şekillendiği mecra haline gelen basın, yönlendirme işleviyle kamuoyunun oluşmasında etki sahibi olmaktadır. Kamuoyunun oluşmasında ise 5 temel aşamadan söz edilebilir. Bunlardan ilki sorun aşamasıdır. Yani kamuoyu ortaya çıkan ya da çıkabilecek sorunlara karşı nasıl tavır takınacağı konusunda kararsızdır. Sorunun ortaya net bir şekilde konmasının ardından öneri aşaması devreye girer. Bu aşamada pek çok fikir ortaya atılsa da kamuoyunu oluşturan bireyler, belirsizliği aşmak için sorunun tam olarak kavranmasını ve çözüm yollarının netleşmesini sağlar. Bir sonraki aşama olan politika aşamasında ise çözüm yolları tartışmaya açılır. Saflar belirlenir ve fikir sahibi olmayanların iknası ve görüşün geçerliliğinin sağlanması için çalışmalar yapılır. Bu arada basın da görüşlerden birini destekler ya da karşı çıkar. Sonraki aşamada ise kabul gören eylem biçimi gerçekleştirilir. En son aşama olan değerlendirme aşamasında daha önceki tartışmalar sırasında yeterince ikna edilemeyen küçük gruplar, çözüm için uygulamaya konulan politikaların etkinliğini değerlendirir (Girgin, 2003: 118, 119).

Basının kamuoyu oluşturma işlevi üzerine yapılan araştırmalar da ilginç sonuçları ortaya çıkarmaktadır. Halkın iktidar ve basın ilişkilerine bakışı ve kendini bu ilişki yumağı içerisinde konumlandığı alan yönetimden yani hükümetlerden daha ziyade basın kuruluşlarına daha yakın görünmektedir. Muhalefet ve denetim

araçlarını basının öncül olarak kullanması gerekliliği fikri etrafından şekillenen düşünce yapısı halkı genel olarak; “kamuoyu oluşturulmasında basının rolü çok büyük” fikrine yaklaştırmaktadır. Yani 25 ile 45 yaşları arasındaki orta kuşağı temsil eden kişilerin ağırlıklı görüşü basın eliyle kamuoyunun oluşturulduğu şeklindedir (Öke, 1994: 155–157).

Bilgi alma ve verme işlevi gazeteciliğin temeli olarak kabul edilmektedir. Gazeteciliğin “enformasyon” yani bilgi alış verişi aynı zamanda kamunun da bilme hakkıyla paralellik göstermektedir. Kamunun bilme hakkı, sistemin devamlılığı için bir ön koşul olarak görüldüğüne göre, bu süreci sağlayacak kurumlardan en önemlisi basındır. Gelişmiş toplumların oluşturulmasında, bilginin ve bilme hakkının toplumları daha adil ve sürekli kılmasında önemli bir yere sahip olduğu varsayılmıştır. Bu temel görüşten hareketle toplumların şekillendirilmesinde pay sahibi olan basın, bilgilendirme işlevi nedeniyle iktidarların daima ilgi odağı olmuştur. Basının bireyleri bilgilendirme işlevi iktidarların gözünde basını çok değerli bir hale getirmiştir. İşte bu çizgi, tarihsel süreç içerisinde basının temel işlevi olan bilgilendirme işlevinin farklı ellerde kullanılmasına yol açmıştır. Dolayısıyla gazeteciliğin toplum içerisindeki yeri ve işlevleri, endüstrileşmiş batı ülkelerinde tarihsel süreç içerisinde değişiklik göstermiştir. Bu değişiklik eğitime işlevinde de değişikliklerin yaşanmasına yol açmıştır. Basının bilgilendirirken aynı zamanda halk üzerinde eğitici bir yanının da bulunduğu açıktır. Mesaj ve alıcı arasındaki ilişki etkisel bir geri dönüşe yol açmaktadır. Bu etki toplumların zihinlerinde yeniliklerin oluşmasına, bilgi ve deneyimin artmasına katkı sağlar. Ancak, endüstriyel devrimin beraberinde getirdiği yeni bakış; halk, iktidar ve medya çerçevesinde yeniden şekillenmektedir. Bu yeni yapı sermayeden ve sermaye güçlerinin devletlerin ekonomik yapıları üzerindeki etkisinden bağımsız düşünülemez. Bu noktada şu soru akla gelmektedir: Sosyal sorumluluk bilinci içerisinde olması beklenen kitle iletişim araçları, bilgi alma ve verme işlevini yerine getirirken, piyasa koşullarından bağımsız hareket edebiliyor mu? Bu soruyu cevaplarken gazetecinin bilgilendirme işlevine ilişkin soru ve sorunların yalnızca halk tarafından değil mesleğin kendi içinden de dile getirildiği gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır.

Gazeteciliğin temeli olarak görülen bilgilendirme işlevinin tüm dünyada hileli yönlendirme, eksik ve yanlış bilgiler ve saptırmalar yoluyla yıpratıldığı görülmektedir. Hâlbuki Fransız İhtilali ile başlayan süreç aslında gazeteciliğin temeli olan doğru bilgiyi doğru bir düzlemde aktarma görevinin toplumların inşasına da ne denli katkı sağlayacağını göstermektedir. Toplum daha demokratik kılacak ve insanları zihinsel özgürlüğe ulaştıracak görüşler esas itibariyle gazeteciliğin temelidir. Basın yalnızca bireylere farkındalık sağlayacak bilgiyi sunmakla görevli değildir. Yoğun bilgi bombardımanının yaşandığı günümüz dünyasında öncelikli çaba hileli yönlendirmelere yol vermeyecek ölçüde bilginin belli ahlaki süzgeçten geçirilerek aktarılmasıdır. Çünkü enformasyon akışı içerisinde yaşanan gerçeklikten sapmalar vatandaşlar tarafından düzeltilememekte, bu durum da toplumsal bilinçte kırılmalara yol açmaktadır (Solmaz, 2007: 279, 280).

“Basın kamuoyunun aynasıdır” derken aslında toplumun ortak aklını basından ayırmanın imkânsızlığı vurgulanmaktadır. Halkın ortak aklı ve vicdanının sesi olma yükümlülüğü taşıyan basın, demokrasinin dayandığı güçlerden biri olma özelliğini taşımaktadır. Dolayısıyla halkın iktidarlar karşısında sesi konumunda bulunan basın kuruluşları bir anlamda halkın sözcülüğünü yapmaktadır. Ortak zeminde oluşan kamuoyu şekillendiği süreç bir yana oluşturulduğu andan itibaren geniş bir halk kitlesinin ortak sesini ifade etmektedir. Demokrasilerde vazgeçilmez olarak görülen basın, yalnızca yöneten ile yönetilen arasında bir aracı olarak nitelendirilemez. Basın bir yönüyle iktidar aygıtı olarak algılansa da, idarenin kararlarına, çıkarılan yasalara ve kanunlara karşı halkın duruşunu sergilemek de basın için bir görevdir. Siyasal yapıların varlık sebebi olan insanların mutlu ve huzurlu bir şekilde yaşamalarını sağlama hedefine ulaşmada bilginin serbestçe dolaşması gerekliliği vardır. John Stuart Mill bilginin insanın kendi iyiliği için gerekli olduğunu ve insanların kişiliklerinin oluşmasında büyük önem taşıdığını (Çaplı, 2002: 21, 22) savunmuştur. Dolayısıyla bilginin bütün ve net olarak topluma mal olması tüm yapıların oluşturduğu ortak platformda halkın sesini yansıtmaktadır.

Basının temel işlevi haber vermektir. Haberin aktarılması sürecinde gerekli olan ise düşüncenin özgür biçimde ifade edilmesidir. Bu nedenle toplum nezdinde

sağlıklı bir kamuoyu ortamının oluşması için gerekli olan özgürlüklerin sağlanması ve garanti altında tutulmasıdır. Demokratik toplumlarda yasama, yürütme ve yargının ardından bir önemli güç olarak da basın gösterilmesi kamusal tartışmalarda basının taşıyıcı olarak aslında rolünün ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Ülke içinde kümelenmiş farklı düşünce yapıları belli bir sistematikte ve kitle iletişim araçları aracılığıyla temsil edilmekte ve ortak düşünce havuzunda yerini almaktadır. İşte bu düşünce havuzunda yer alan fikirler basın aracılığıyla temsil imkânı bulmaktadır. Basının temel görevleri ayrıca şu başlıklarda toplanabilir:

- A. Anlamlı bir çerçevede içinde, günün olaylarını doğru, mantıklı ve tam bir biçimde sunma.
- B. Kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edildiği bir forum olma.
- C. Toplum içindeki grupların kanaatlerini ve tavırlarını birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olma.
- D. Toplumun amaçlarını ve değerlerini sunma ve açıklama yöntemi olma.
- E. Yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımlarıyla toplumun bütün üyelerine erişebilme (Girgin, 2001: 142).

Basının temel görevleri yanında sahip olduğu sorumluluklar da vardır. Devleti meydana getiren asli unsurların yanı sıra sistemin işleyişini sağlayan kurumlardan biri de şüphesiz basındır. Belirli bir düzenin bulunduğu sistemlerde bu işleyişin bir parçası konumunda bulunan diğer küçük yapılar bütünden bağımsız düşünülemez. Devlet sisteminin sürekliliği için hareket halinde bulunan çarklardan biri olan basın bu işleyişe ayak uydurmaktadır ve devlet yapısındaki sürekliliğin sağlanması için belirli görev ve sorumluluklarla donatılmıştır. Bu sorumluluklardan en önemlilerinden biri resmi yapıya yöneliktir. Devletin kalıcılığına ve işleyişine zarar verecek söylemler tıpkı diğer bütün kurum ve yapılarda olduğu gibi basın için de yasaklanmış ve yayınların temelde devletin var oluş sebebine paralellik gösterir biçimde yapılması amaçlanmıştır. Basının ahlaki ve sosyal sorumluluklarının temelinde toplumsal refah arayışı vardır. Geniş kitleleri etkileme gücüne sahip bu etkin yapının görev anlayışı içerisinde kitlelerin doğru yönlendirilmesi esas önem

taşımaktadır. Bir toplumu bütün olarak etkileme ve yönlendirme vasfına sahip olan bir yapının iktidar ve halk arasındaki köprü görevi de dikkate alındığında sosyal, ahlaki, siyasi ve kültürel sorumlulukların niteliği daha iyi ortaya çıkacaktır. Basın ideolojisinin oluşmasında az veya çok katkıda bulunan basın çalışanları konusu görev ve sorumluluk sistematığının oluşmasında etkindir. Gazetecinin bireysel olarak taşıdığı vicdani yükümlülük, özdenetim gibi konular bireysel sorumluluklar sınıfında yer almaktadır. Bu noktadan hareketle bir gazetecinin veya habercinin okur ve izleyicilerine karşı sorumlulukları bulunmaktadır. Gazetecinin devlete, halka, yöneticisine ve kendine karşı taşıdığı sorumluluklar gazetecilikteki temel etik kaygıların da özeti gibidir. Gazetecilik alanındaki “sorumluluk” ve “etik” kavramları eşanlamlı olarak algılanabilmektedir. Kimileri için bir gazetecinin “sorumluluk sahibi” olması “ahlaklı” olmasıyla aynı anlama gelmektedir. Yani anlaklı gazetecilik aslında sorumlu gazeteciliktir (Solmaz, 2007: 283, 284).

Basının toplumsal sorumluluğuna ilişkin yaklaşımların büyük bölümü Basının Toplumsal Sorumluluk Kuramı çerçevesinde şekillenmiştir. Otoriter dönemi sona erdiren temel gelişme Fransız İhtilali ve Amerikan bağımsızlık mücadelesi sonrası gelişen özgürlük dönemi, Özgürlükçü Kuramı ortaya çıkarmıştı. Bu dönem yayınlarda mutlak ve sınırsız özgürlük anlayışını ortaya çıkarmakla birlikte, medyanın sorumluluğu ilkesi göz ardı edilmekteydi. Basının özgürlüğü belli bir süre sonra işadamlarının özgürlüğüne dönüştü. Geleneksel yapıdan sanayi toplumuna geçiş ve kitle iletişim araçlarının yapısal ve içerik özelliklerindeki değişim yeni sorgulamaları da beraberinde getirdi. Medyanın her geçen gün artan gücüne karşın, söz sahibi kesimi git gide daraldı ve medya sonunda küçük bir grubun denetimi altına girdi. Ticari ve bütünüyle kar amaçlı yaklaşım neticesinde hükümet, yayıncılar ve gazeteciler basının toplumsal sorumluluğu üzerine düşünmek durumunda kaldı. Böylece basında Anti Komünizm öncesi basın kuramı şekillenmiş oldu. Haber ve yorum, nesnellik, özeleştiri, amaçlar ve erişim gibi konularda önemli değişiklikler yaşandı (Evers, 2010: 50, 51).

Öte yandan gazeteciliğin bugünkü anlamda yapıldığı 17. yüzyılda sorumluluk denince akla basının iktidarlara karşı sorumluluğu gelmekteydi. Çünkü

dönemin siyasal yapısı basının bütünüyle siyasi çizgide tutulması fikrini öngörmekteydi. Ancak 21. yüzyıl bu yapıyı değiştirmiştir. Demokrasilerin gelişimi sosyal sorumluluk kuramına netlik kazandırmış ve özellikle basın denetimi konusunda halkın etkisini ön plana çıkarmıştır. Burada iktidarları devre dışı bırakan bir yapıdan söz edilebilir. Sosyal sorumluluk kuramı basının denetimini halka, yayıncıya ve yargıya bırakmaktadır. Denise McQuail Sosyal Sorumluluk Kuramı'nın temellerini şu maddelerle sıralamıştır:

- Medya topluma karşı yükümlülüklerinin olduğunu kabul etmeli ve bunları yerine getirmelidir.

- Medya nesnellik, doğruluk, gerçeklik gibi profesyonelliğin getirdiği yüksek standartları koyarak bu yükümlülükleri yerine getirebilir.

- Medya kanunlar çerçevesinde kendi kendini düzenleyici olmalıdır.

- Medya suça, şiddete veya kamu düzeninin bozmaya yönelik yayınlardan kaçınmalıdır.

- Çoğulcu bir anlayışla hareket etmesi gereken medya, içinde bulunduğu toplumun kültürel farklılıklarını yansıtmalı, farklı bakış açılarına yer vermeli ve cevap hakkı tanınmalıdır.

- Kamunun medyadan yüksek standartlı bir performans bekleme hakkı vardır ve kamu yararı için medyaya resmi müdahale yapılabilir.

- Medya profesyonelleri en az çalışanları ve içinde buldukları pazar kadar topluma karşı da sorumlu olmalıdır (Akıner, 2007: 217, 218).

Yerel basın, teknik imkânsızlıklara, kadro ve baskı sayısı yetersizliğine rağmen çok önemli görev ve işlevlere sahiptir. Yayınlandığı bölgenin sorunlarından, yaygın basınla ilişkisine ve hatta merkezi sistem ile yerel yönetimler arasındaki köprü görevine kadar pek çok görevi bulunan yerel basının demokratik sürece katkısı gözden kaçırılmamalıdır. Kalender, yerel basının bu konuda üstlendiği görevi ilk çağ sistemlerinden örnek vererek açıklıyor:

“Demokratik toplumlarda halk adına, ortak ve kolektif kararlar vermeye, bunların da uygulanmasını denetlemeye yetkili olan halktır ancak halkın bir araya gelerek, günlük politikaları ve toplum adına alınacak kararları, kamusal alanda bir araya gelerek tartışarak ortaya çıkarmaları son derece zordur. Eski Yunan’da 3–5 bin kişi belli dönemlerde bir araya gelerek, toplumdaki konuları konuşurlar, tartışırlar ve belli karara bağlarlardı. Ama günümüzde bu kadar insanın bir araya gelerek ortak kararlar alması veya bu karar sürecine katılması teknik açıdan son derece zor, hatta imkânsız görünüyor. Bunun için, temsili mekanizmalar olarak adlandırılan temsili demokrasi usulleri geliştirilmiş ve halk kolektif kararları almada ve bunları uygulamada birilerine yetki vermiş, halkın belirli usullere göre seçmiş olduğu insanlar toplum adına kararlar alıyor. ...Özellikle demokrasinin gereği olan seçim dönemlerinde, yaygın basın çok genel konulara veya toplumun bütününe ilgilendiren konulara hitap etmeyi tercih ediyor, dolayısıyla burada oluşan boşluğu doldurma görevi yerel basına düşüyor. Ayrıca, yöneticiler seçildikten sonra da, demokrasinin gereği olarak seçilmişlerin denetlenmesi görevini yine yerel basın üstleniyor. Dolayısıyla yerel basın demokrasinin sağlıklı biçimde işlemesine katkıda bulunuyor (Kalender, 1999: 58, 59).

Yaygın basında yaşanan tekelleşme olgusu da yerele yönelişi arttırmış ancak yerel basının içinde bulunduğu kimi açmazlar basında yeni arayışların önünde engel olarak durmaktadır.

2.2. KONYA’DA YAZILI VE GÖRSEL BASIN

2.2.1. Konya Gazetelerinin Tarihçesi

1839 yılında Tanzimat Fermanı’nın ilan edilmesi sonrası eyalet sisteminde değişikliğe giden Osmanlı, 1864 yılında Fransa’dan örnek alınan yeni bir sistemi benimsemiştir. Bu doğrultuda oluşturulan vilayetler yeni bir anlayışla düzene sokulmuş, her büyük il merkezinde bir matbaa açılmıştır. Matbaaların asli görevi valilik yönetiminin ihtiyaç duyduğu basılı evrakı çoğaltacak kurumlar olmasına rağmen zamanla vilayet matbaaları; yıllıklar, il gazeteleri ve takvimler gibi yörenin

kültür hayatını canlandıran birçok ürünü de basmıştır. Bu anlayışla kurulan Konya Vilayet Matbaası, Vali Burdurlu Ahmet Tevfik Paşa zamanında 1867 yılında kurulmuştur (Arabacı vd., 2009: 27, 28).

Konya Vilayet Matbaası yarım asırdan fazla varlık göstermiş ve bu süre içerisinde Konya’da basın olgusunun yerleşmesinde önemli bir yeri işgal etmiştir. Konya basınının gelişimine hem tanıklık eden, hem de katkı sağlayan vilayet matbaası neredeyse 20. yüzyıla kadar kentte kitap basan tek matbaa özelliğini taşımaktadır. 1893 ve 1897 yılları arasında Vilayet Matbaasına İrfan ve Yusuf Kenan adında iki matbaa daha eklenmiştir. 1908 ve 1917 yılları arasında ise resmi matbaa dışında kitap basan basımevi sayısı da ikidir. Babalık ve Meşrik-i İrfan Matbaalarına ise sonraki 15 yıllık sürede 12 matbaa eklendiği, 1947 yılına gelindiğinde açılan matbaa sayısının 22’yi bulduğu tespit edilmiştir(Arabacı vd., 2009: 35, 36).

Konya’nın bilinen ilk gazetesi 16 Kasım 1870 tarihinde haftalık olarak çıkartılmaya başlanan Konya adlı gazetedir (Ayhan ve Demirsoy, 2005, 136). Bu gazete aynı zamanda vilayet sistemine geçişin ardından yayınlanan ilk gazetelerden biri olma özelliğine de sahiptir. Gazete ilk dönemlerinde iki sayfası Türkçe, iki sayfası Rumca olmak üzere dört sayfa olarak yayımlanmıştır. Gazete, resmi yayın niteliğinde olduğu için genelde vilayet haberlerini, resmi emir ilanları yayımlamıştır. Ancak özel gazeteler bulunmadığı için yaklaşık 40 yıllık bir süreçte yayın yapan gazetede kimi zaman şiir ve benzeri yazılara da rastlanmaktadır(Arabacı vd., 2009: 49, 50). Cumhuriyet öncesi dönemde; Anadolu, Meşrik-i İrfan, Çiftçi, Hakem ve Şems gibi gazeteler Konya’da yayın yapan gazetelerden bazılarıdır.

Konya’daki basın yayın faaliyetleri açısından Milli Mücadele döneminde gösterdiği yararlıklar bakımından dönemin en dikkat çeken gazetelerinden biri Babalık’tır. Babalık gazetesi 23 Aralık 1910 tarihinde ilk sayısını çıkarmıştır. 42 yıl süren yayın hayatı boyunca tarihe de tanıklık eden bu özel gazete II. Meşrutiyet, 1. ve 2. Dünya Savaşı, Milli Mücadele ve Cumhuriyet dönemlerinde varlığını sürdürebilmiş uzun soluklu bir gazetedir. Yusuf Mazhar tarafından özel girişimle kurulan gazetenin ilk sayılarında kullandığı “çiftçi, işçi, esnaf kardeşlerin ilerlemesine çalışır, her şeyden yazar, köylü gazetesidir” ifadeleri gazetenin yayın

anlayışına ilişkin ipuçları vermektedir (Önder, 1949: 16). Gazete ilk olarak Vilayet Matbaası ve bazı özel matbaalarda basılmış, bir süre sonra Babalık Matbaası'na geçilmiştir. Birinci Dünya Savaşı yıllarında Konya'daki yönetimin değişmesiyle göreve gelen Vali Muammer Bey gazetenin adını Türk Sözü olarak değiştirir ve bu durum valinin görev değişikliğinin gerçekleşmesine kadar devam eder (Arabacı vd., 2009: 91, 92).

Babalık gazetesi milli mücadele döneminde Anadolu'da yapılan hareketin yanında olmuş, etkinliğini ise Ankara'dan ses getirecek kadar arttırmıştır. İlk dönemlerinde Milli Mücadele'ye ilişkin tutumu tam kestirilemeyen gazetenin tavrı 1921 yılına gelindiğinde netleşmiş, hatta Dumlupınar Muharebesi'nin hemen öncesinde Yusuf Mazhar matbaasını batı cephesinin emrine vermiştir. Ayrıca Milli Mücadele adına elde edilen başarılar yeri geldikçe gazetede yer bulmuştur (Önder, 1949: 18, 19).

Milli Mücadele'nin destekçilerinden olarak bilinen ve dönemin önemli gazetelerinden olarak değerlendirilen Öğüt gazetesi ise 1917 yılında Afyon'da kurulmuştur. Selanikli Abdulgani Ahmet tarafından kurulan gazetenin hikâyesi oldukça ilginçtir. Selanik'te başlayan basım macerası önce İzmir'e, ardından Afyon'a, sonra Konya'ya ve en son da Ankara'ya kadar uzanmıştır. Öğüt gazetesinin de tıpkı Babalık gibi Milli Mücadele'ye destek verdiği ve bu yüzden işgal askerleri (İtalyanlar) tarafından kapatılmak istendiği bilinmektedir. Önder gazete çalışanlarının bu durumu önceden haber aldıklarını ve gazeteyi başka bir yere taşıdıklarını aktarmaktadır.

Cumhuriyetin ilanı ve 2. Dünya Savaşı'na kadar geçen sürede adı belirtilen gazetelerin dışında kentte 20 dolayında gazete çıkmıştır. Bunlardan pek çoğu kısa yayın hayatının ardından çeşitli sebeplerle kapatılmıştır. 1 Haziran 1949 tarihinde kurulan Yeni Konya isimli gazete ise halen yayın hayatına devam eden kentin en uzun soluklu gazetesi konumundadır (Ayhan ve Demirsoy, 2005: 138).

Kentin uzun soluklu gazetelerinden biri de Yeni Meram gazetesidir. Gazete, ilk olarak yayın hayatına Meram adıyla başlamıştır. 10 Şubat 1950 tarihinde ilk sayısını çıkartan Meram gazetesinin bugün elde edilen son sayısı 9 Ağustos 1950

tarihlidir. Gazete yayın hayatına Yeni Meram adıyla 28 Ağustos 1950 tarihinde Ülkü Basımevi sahibi Ahmet Bahçıvan tarafından yayınlanmaya başlamıştır (Ayhan ve Demirsoy, 2005: 139).

Demokrat Parti iktidarı ile başlayan yeni dönemle birlikte Konya, basın hareketleri açısından verimli bir sürece girmesine rağmen, 1950'lerin ortalarına gelmeden basında meydana gelen kavga ortamı ve siyasi karışıklıklar darbeye kadar olan dönemde ülkeyi olduğu gibi Konya'yı da etkisi altına almıştır. Her şeye rağmen 80'lerde geçilen liberal yapıya kadar olan sürede kentte 2 düzine gazete yayın yapma fırsatı bulmuştur. Konya'da 12 Eylül 1980 Darbesi öncesinde kurulan önemli gazetelerden biri de Konya Postası'dır. Konya Postası 5 Kasım 1977 tarihinde ilk sayısını basmıştır. Durmuş Alagöz tarafından kurulan gazete yayın hayatını sürdürmektedir.

1980 sonrası döneme bakıldığında Konya merkezde yayın hayatına devam eden Yeni Meram, Yeni Konya, Konya Postası, Türkiye'de Yarın ve Anadolu'da Bugün gazeteleri dikkat çekmektedir. 1969 yılında kurulan Türkiye'de Yarın gazetesi, 1991 yılında kapatılmıştır. Tipo baskı sisteminden ofsete geçiş yaparak yeniden yayına başlayan gazetenin ismi Merhaba olarak belirlenmiştir. 1976 yılında yayın hayatına başlayan Konya'nın Sesi gazetesinin ise 1981 yılında ismi Anadolu'da Bugün olarak değiştirmiş ve yayınlarına bu ad altında devam etmiştir. Aynı dönemde Sorgu gazetesinin de yayın yaptığı bilinmektedir. 1990'lara gelindiğinde Konya merkez ve ilçelerde günlük yayın yapmakta olan gazete sayısı 9 iken, haftalık olarak çıkartılan gazete sayısı 13'tü (Anadolu Basını, 1985: 256).

90'ların sonunda kurulan ve bugün varlığını koruyamayan gazetelerden biri de İbrahim Sur tarafından 2 Şubat 1999 tarihinde kurulan Anadolu Günlüğü gazetesidir. Gazete ekonomik nedenlerle aynı yıl içinde kapanmıştır. Bu arada 15 Mayıs 2000 tarihinde kurulan Konya'nın ilk günlük spor gazetesi Maraton da 3 aylık yayın hayatının ardından kapanmıştır. 2000'li yıllarda kurulan ancak uzun soluklu olmayı başaramayan gazetelerden Konya Gazetesi 7 ay, Türkiye'de ve Konya'da İleri gazetesi ise sadece 4 ay varlığını sürdürebilmiştir (Ayhan ve Demirsoy: 145, 146).

Çalışmanın yapıldığı dönemde Konya merkezinde günlük olarak yayın yapan ve resmi ilan yayınlama hakkına sahip gazete sayısı 7 olarak tespit edilmiştir. Bu gazetelerden Yeni Konya, Yeni Meram, Konya Postası ve Merhaba kentin en köklü gazeteleridir. Ayrıca 1992 yılında kurulan ve 22 Ocak 1996 tarihinde günlük olarak yayınlanmaya başlayan Anadolu Manşet, 2 Ağustos 1997 tarihinde günlük olarak satışa sunulan Hâkimiyet ve 13 Eylül 2004 tarihinde sektöre giren Memleket gazeteleri yayın hayatına halen devam etmektedir (KGC, 2005: 4 – 24).

Hâkimiyet Gazetesi, Yeni Gazete İletişim Yayıncılık Sanayi ve Ticaret Limitet Şirketi kurumsal kimliğiyle Celalettin Boyalı ve Yusuf Gürbüz tarafından kuruldu. Hâkimiyet, Konya'nın günlük olarak yayınlanan en yeni gazetelerinden biri olarak değerlendirilebilir.

Merhaba gazetesi, 20 Ağustos 1969 tarihinde yayın hayatına başlayan Türkiye'de Yarın gazetesinin halefi konumundadır. Bu nedenle Merhaba gazetesine geçmeden önce Türkiye'de Yarın'a kısaca bakmakta fayda var.

Türkiye'de Yarın gazetesi Ziya Tanrıkulu ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. Gazetenin kuruluş amaçları arasında siyasal talepler gösterilmektedir. Yani Milli Nizam Partisi'nin siyasi faaliyetlerine başlamasıyla birlikte partinin Konya ayağında görev yapan bazı isimler siyasi çalışmalara katkı sağlaması amacıyla Türkiye'de Yarın isimli gazeteyi çıkarmışlardır. Ancak zamanla toplumsal tabana yönelen gazete kitesini genişletmiş, 70'li ve 80'li yıllarda varlığını sürdürmeyi başarabilmiştir. Gazete, diğer basın yayın organlarından farkını milli ve manevi değerlere bağlılık anlayışıyla ifade etmiştir. Kurulduğu yıllarda gazetenin sahibi Şerife Tanrıkulu'dur. Daha sonra gazetenin yönetimi Faruk Oflaz'a geçmiş, 70'li yıllar boyunca genel yayın yönetmenliğini ise Ziya Tanrıkulu yürütmüştür (Oranlı, 2008: 16). 12 Eylül darbesi ve sonrasında yayınlarına kısa aralıklar olsa da devam edebilen Türkiye'de Yarın, 14 Mart 1991 tarihinde okurlarına veda etmiştir.

Türkiye'de Yarın'ın teknolojik alt yapıda yeniliğe ihtiyaç duyması ve zamanın gerisinde kalması nedeniyle kapanması aslında bir son değil, tam aksine başlangıç niteliğindedir. Gazetenin kapanışından hemen sonra, yani 15 Mart 1991 tarihinden itibaren Merhaba adını alan gazete, okurlarıyla yeniden buluşmuştur.

Yine çalışmanın yapıldığı zaman diliminde kurulan Yenigün ve Konya'nın Sesi gazeteleri ise günlük olarak yayınlanmakla birlikte, Basın İlan Kurumu tarafından takip edilmektedir. Bu iki yeni gazete yasal olarak belirlenen 20 aylık izleme süresinin ardından resmi ilan alabilecek yapıya kavuşacaktır.

2.2.2. Konya'da Yayınlanan Gazeteler

Bu bölümde, Konya'da yayın yapmakta olan gazeteler merkez ve taşra olarak ikiye ayrılmıştır. Yayın hayatına devam eden gazetelerin yayın yerleri, nitelikleri, süreleri ve baskı sayıları gibi başlıklar tablolar aracılığıyla gösterilmiştir.

2.2.2.1. Konya Merkezinde Günlük Yayınlanan Gazeteler

Aşağıda yer alan tabloda 2010 Şubat ayı içerisinde Resmi ilan ve reklâm verilebilecek durumda bulunan günlük gazetelere yer verilmiştir.

Tablo 1. 2010 Şubat ayı içerisinde resmi ilan ve reklâm verilebilecek durumda olan Konya gazeteleri¹⁰

Gazete Adı	Türü	Sayfa Sayısı	Yüzölçümü	Aylık Tirajı	Günlük Fiili Ort. Satış
Anadolu Manşet	Siyasi - Sabah	11	2.20 m2	45.192	1.012
Hâkimiyet	Siyasi – Sabah	16.15	3.23 m2	58.865	1.115
Konya Postası	Siyasi – Sabah	16.45	3.29 m2	59.438	1.300
Memleket	Siyasi - Sabah	16	3.20 m2	55.350	1.052
Merhaba	Siyasi – Sabah	17.85	3.57 m2	74.370	1.394
Yeni Konya	Siyasi – Sabah	16	3.20 m2	53.165	1.035
Yeni Meram	Siyasi – Sabah	14.97	2.99 m2	54.580	1.020

¹⁰ Basın İlan Kurumu Konya Şubesi.

2.2.2.2. Konya İlçelerinde Yayınlanan Gazeteler

Aşağıda yer alan tabloda Konya'ya bağlı ilçelerde yayın yapan gazetelerin yayın yerleri, kuruluş tarihleri, yayın türleri ve bazı içerik bilgilerine yer verilmiştir.

Tablo.2. Konya İline Bağlı İlçelerde Yayınlanan Gazeteler¹¹

Gazete Adı	Yayın Yeri	Kuruluş Yılı	Sayfa Adedi	Yüzölçümü	Dizgi Tekniği	Yayın Zamanı	Vasıf Durumu
Pervasız	Akşehir	1953	12	1.20	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
İstasyon	Akşehir	2002	8	1.45	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Beyşehir Göl	Beyşehir	1983	6	1.20	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Beyşehir'in Sesi	Beyşehir	1982	6	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Bozkır Postası	Bozkır	1988	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Bozkır Gündem	Bozkır	2009	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Cihanbeyli'nin Sesi	Cihanbeyli	1976	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Cihanbeyli Express	Cihanbeyli	2008	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
26 Haziran	Çumra	1996	6	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Çumra Postası	Çumra	1984	6	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Doğanhisar	Doğanhisar	1972	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Ereğli	Ereğli	1950	4	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Yeni Ereğli	Ereğli	2008	8	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı Adayı
Er Haber	Ereğli	2009	4	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı Adayı
Hüyük Postası	Hüyük	2004	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Hüyük Gündem	Hüyük	2005	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Yeni Ilgın Postası	Ilgın	2005	6	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Ilgın'ın Sesi	Ilgın	2005	6	0.60	Bilg. Ofset	Günlük Pzr Hariç	Vasıflı
Kadınhanı Sözcü	Kadınhanı	2008	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Kadınhanı Güncel	Kadınhanı	2006	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Haber Kadınhanı	Kadınhanı	2009	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız Adayı
Bizim Memleket	Karapınar	2006	12	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Okuyucu'nun Sesi	Karapınar	2006	12	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Yeşilpınar	Karapınar	2006	12	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Kulu'nun Sesi	Kulu	1991	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Öz Kulu	Kulu	2005	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Kulu Gündem	Kulu	2009	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız Adayı
Seydişehir Postası	Seydişehir	1972	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Seydişehir Toroslar	Seydişehir	1997	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Öz Seydişehir	Seydişehir	2005	6	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Sarayönü Manşet	Sarayönü	2008	12	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız
Haber Yunak	Yunak	1010	8	0.60	Bilg. Ofset	Haftalık	Vasıfsız Adayı

¹¹ Konya Valiliği İl Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü.

2.2.3. Konya Televizyonlarının Tarihçesi

1990'lı yıllar Türkiye'de özel televizyonculuğun hızlı bir ivme yakaladığı dönemdir. Yasal düzenlemeler, özel televizyonculuğun önündeki engellerin kalkması ve liberal sistemin dönüştürdüğü toplumsal yapı özel televizyonculuğu ve dolayısıyla özel girişimlerle hayat bulan yerel televizyonculuğu gözde hale getirdi. Bu dönemde hem yaygın nitelikteki televizyon kanalları, hem de yerel ve bölgesel düzeydeki televizyon kanallarında patlama yaşandı.

Konya'da televizyonculuk serüvenini, ülkenin ilk özel televizyonunun kurulduğu 1990 yılına kadar götürmek mümkündür. Türkiye'de ilk özel televizyonun kurulduğu bu dönem, yerel televizyonculuk açısından da milat olarak nitelendirilebilir. Çünkü 5 aylık deneme sürecinin ardından 4 Ekim 1990 tarihinde yayına başlayan Inter Star'la aynı dönemde Konya'da yayına başlayan Sun TV hem ülke televizyonculuğu açısından hem de Konya açısından önemli bir yere sahiptir. Resmi olarak 1993 yılında kurulan ve Türkiye'nin ilk bölge televizyonu olma özelliğine sahip Kon TV de Konya'da televizyonculuk tarihinde önemli yere sahiptir.

Test yayınına 1991 yılında başlayan Kon TV, 1994 yılında bölgesel kanal oldu. 1998 yılında 24 saat kesintisiz yayına başlayan Konya'nın ikinci televizyonu Kon TV, 2000 yılında kablolu yayına geçti. 2004 yılına gelindiğinde ise Kon TV hem uyduda, hem de internet üzerinden tüm dünyada izlenir hale geldi. Sun TV ve Kon TV'nin televizyon yayıncılığına getirdiği renk, 1995 yılında kısa adı KTV olan Konyat İletişim A.Ş.'nin yayın dünyasına adım atmasıyla farklı bir boyut kazandı. 20 ortaklı yapıyla kurulan KTV, 100 kilometrelik yayın ağı ile Konya'da yayın hayatına başladı (KGC, 2005: 12).

Kentin en genç televizyonu olarak bilinen Konya TV'nin tarihçesi ise aslında 1994 yılına kadar uzatılabilir. İlk olarak MRT (Mustaş Radyo Televizyon) adı altında yayın hayatına başlayan televizyonda yayınlar bir süre sonra Kanal 1, daha sonra da Yeni Konya logosuyla devam etti. Kasım 2007 tarihine gelindiğinde Konevi Radyo ve Televizyon Yayınları Anonim Şirketi bünyesinde yeni bir yapılanmaya giden kurum yayınlara Konya TV adıyla devam etme kararı aldı. 15 Ocak 2007 tarihinde 12 saatlik yayınlar gerçekleştiren televizyon, 3 aylık test

yayınının ardından 24 saat kesintisiz yayına başladı. Tamamen dijital altyapıyla hizmet veren televizyon biri asil diğeri yedek olmak üzere iki vericiye sahiptir. Konya merkezinde yayın yapan Konya TV, Çumra ve Karapınar gibi merkeze yakın mesafedeki illere ulaşmaktadır. Yayınlar; AVİ, MPEG ve MPEG 2 biçimlerindeki kayıtlar ile gerçekleştirilmektedir (U. Güçlü ile kişisel görüşme, 7 Ocak 2010).

2.2.3.1. Türkiye’de İlk Yerel Televizyon Denemesi: Sun TV

Sun TV’nin kuruluş tarihi 1 Nisan 1990 olarak kabul edilmektedir. Bu tarihten önce de deneme yayınlarının yapıldığı bilinmekle birlikte dönemin siyasal yapısı ve kanunlar nedeniyle kuruma kuruluşundan kısa bir süre sonra “telsiz kanununa muhalefet”ten dava açıldı. Bu dava sonucunda çıkan mahkûmiyet kararı nedeniyle yayınlar 1994 yılına kadar denetimsiz olarak devam etti. 1994 yılında RTÜK kanununun çıkmasının ardından yapılan müracaat kabul edilerek yayınlar denetim altına alındı. 1994 yılına kadar şahıs şirketi niteliğindeki kurum, anonim bir yapıya dönüştürülerek yayınlarına bu şekilde devam etti. Yerellik bilinciyle hareket eden ve uzun vadeli hedeflerini Konya üzerine kuran Sun TV, halen kablolu TV’de yayın yapmaktadır. Sun TV yayınlarını, Konya’nın güney illeri, Kulu, Cihanbeyli ile Karaman ile Aksaray’a ulaştırabilmektedir.

A. Yönetim ve Organizasyon

Kurumda yönetim kuruluna üye 3 isim bulunmaktadır. Örgüt yapılanması ise şu şekildedir. Yönetim kuruluna bağlı genel müdür, haber dairesi, program dairesi, mali ve idari işler birimi, teknik işler birimi. Mali işler biriminde finans, muhasebe ve reklâm işleri yürütülmektedir. Televizyonun Yönetim Kurulu Başkanı Esat Duysak’tır. Ayrıca, Genel Müdürlük görevini Duysak’ın oğlu Yasin Duysak idare etmektedir. Haber Müdürü Dursun Seyis, İdari İşler Sorumlusu Yaşar Ekici ve Reklâm Müdürü Mustafa Uysal, idari kademelerdeki isimlerdir.

B. Finansal Yapı

Televizyon anonim ortaklık yapısına sahiptir ancak kurumun ortaklar tarafından mali açıdan desteklenmediği belirtilmektedir. Yani televizyon yalnızca reklâm gelirleriyle ayakta durma çabasıdadır. Reklâm gelirleri ise ajanslar

aracılığıyla yapılan anlaşmalar sonucunda elde edilmektedir. Reklâm gelirlerinin yüzde 13'ü RTÜK'e aktarılmaktadır. Aynı zamanda kablolu yayına ayrılan pay ve diğer harcamalar hesaba katıldığında televizyonun gelir gider dengesini sağlamakta zorluk yaşadığı söylenebilir. Özellikle çalışmanın yapıldığı dönemde elde edilen gözlemler, kurumun ekonomik buhran içerisinde olduğunu net biçimde ortaya koymaktadır. Televizyonun ilke olarak yerel kalmayı tercih etmesi, uydu çalışmalarına ağırlık verememesi ve yayınlarda çeşitliliğin gözlenememesi ekonomik sorunların boyutunu ortaya koymaktadır.

C. Haber Dairesi

Televizyonda toplam çalışan sayısı 30 kişi civarındadır. Haber dairesinde görev yapanlar ise sık sık değişmekle birlikte 10 ila 12 arasında olduğu belirtilmektedir. Haber müdürü ve istihbarat şefi dışında kurguda bir kişi yer almaktadır. Ayrıca 2 spiker ve 4-5 civarında muhabir görev yapmaktadır. Aynı zamanda kaşeli muhabirler, bölge muhabirleri ve haber başına para alan muhabirler de kurum için haber toplama görevini üstlenmektedir. Sun TV'nin abone olduğu ajanslar ise İhlâs Haber Ajansı ve Cihan Haber Ajansı'dır. Kurum ayrıca Doğan Haber Ajansı ve Anadolu Ajansı'ndan haber başı destek almaktadır. Hedef kitlesini genişletme ya da yaygın televizyon kuruluşları gibi kapsayıcı bir anlayış içerisine girmeyen Sun TV'nin habercilik anlayışı da bu çerçevede şekillenmiştir.

Televizyonda haber ağırlıklı yayınlar dikkat çekmekle birlikte, yayın politikasında "rotamız, haber!" sloganı televizyonun ağırlık noktasını teşkil etmektedir. Haber içerikleri ağırlıklı olarak valilik, belediye, sendikalar, ticaret ve sanayi odaları, vakıflar, dernekler ile asayiş konularından elde edilen verilerden oluşmaktadır.

D. Yayın Politikası

Kanun ve yasalar aracılığıyla yapılmış düzenlemeleri ve Basın Ahlak İlkeleri'ni benimsediğini belirten Sun TV yönetimi, yayıncılık anlayışını Konya'nın çıkarları olarak belirlediklerini ifade etmektedir. Ayrıca kanalın bağımsız, hiçbir siyasi partiye, cemaate ya da uluslar arası kurum ve kuruluşlara bağlı veya üye

olmadığı belirtilmektedir. Televizyonun öncelikli hedeflerinden birisi uydu yayınına geçmek olmasına rağmen, mevcut ekonomik yapı bu hedefe ulaşmayı güç kılmaktadır. Sun TV'nin karasal yayınlarının ulaştığı alan dikkat alındığında, Konya merkezine ve belli ilçelere yönelik yayınların kısa ve orta vadede aynı anlayış çerçevesinde süreceği olası görünmektedir. Öte yandan kurumun yönetim kademesi de “yerellik” bilinciyle oluşturulan yayın anlayışının aynen devam edeceği görüşünü ifade etmektedir. Konya’da yayın yapan diğer bazı televizyon kanalları gibi Sun TV'nin de teknik alt yapı ve personel yapısına yönelik yeniliklere ihtiyacı olduğu açıktır. Program içerikleri, haber ve yayın süreleri kısır döngü içerisinde (E. Duysak ile kişisel görüşme, 5 Ocak 2010).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KONYA YEREL MEDYA ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE YAPILAN SAHA ARAŞTIRMASININ DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. METODOLOJİ

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı yerel medya kuruluşlarının etik ilkelere uygunluğunun medya çalışanları açısından değerlendirilmesidir. Bu sayede yerel medyada görev alan medya çalışanlarının içinde buldukları kurum ve diğer kurumlardaki mevcut işleyiş, medyada etik ihlallere yol açan girişimler, basın özgürlüğüne yönelik bakış ve medya kuruluşları ile diğer kamu ve özel kurumlar arasındaki ilişkiler ortaya konacaktır. Medya etiğinin yapısal alanını oluşturan temel kodlardan mülkiyet ve denetim sorunu, mesleki eğitimdeki yetersizlikler, habercinin tarafsızlığı sorunu ile yasa ve düzenlemelere ilişkin yaklaşımlar medya çalışanları gözüyle değerlendirmeye tabi tutulacaktır.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Basında etik tartışmalarının geniş boyutta ele alınışı 1900'lerin başından itibaren ortaya çıkmıştır. Basının siyasi gelişmelerle iç içe yaşadığı gelişim ve toplumsal dinamikler üzerindeki farklılaşmalar, hatta teknoloji nedeniyle ses bulan küreselleşen dünya söylemleri etik kavramıyla ilgili sorunları da beraberinde getirdi. Yine 1900'lerin ilk çeyreğinde küresel sermayenin farklılaşmasına neden olduğu gazetecilik kavramı ve basın ahlakı konuları uzun yıllar tartışılarak ortak bir nokta arayışlarının da tetikleyicisi olarak ortaya çıktığı aşikârdır. Değişen dünya beraberinde gazetecilik anlayışında da değişikliklere neden oldu, bununla beraber gazeteci sıfatını taşıyan insan da toplumsal konumu bakımından yeniden irdelenir hale geldi. Habercilik yapan kişilerin çalıştıkları kurum ve patronlarından bağımsız, ortak kabul görmüş ilkelere ne kadar bağlı kaldığı sorusu 21. yüzyıla yaklaşıldıkça daha çok sorulur hale geldi. Günümüzde etik kavramı üzerine geniş bir belge yığımına ulaşmak mümkün ancak bu çalışma tüm bu verilerin ışığında genelden yani yaygın basından yerele uzanan çizgide eğiti daha iyi anlaşılır kılmak, yerel basın

kuruluşlarından örneklerle daha somut analizler yapmaya olanak tanımak açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma ile ortaya konan veriler genel ve yerel düzeyde etik araştırmalarına da katkıda bulunacaktır. Çalışmada yerel medya düzeyindeki etik sorunların altı çizilerek, bu sorunlara çözüm üretilmesi noktasında sunulacak öneriler önem arz etmektedir. Yerel medya çalışanlarının demografik özellikleri, medya ve medya etiğine bakışta yaşanan farklılıkları ve medyayı algılama biçimlerini de ortaya koymaya yardımcı olacak, alan araştırması aracılığıyla elde edilen veriler ışığında yerel medya algılaması çalışanlar açısından –en azından Konya bağlamında- daha net ortaya koyulabilecektir.

3.1.3. Araştırmanın Sorunu

Medya, doğası gereği etik alanıyla ilişki içerisindedir. Ticari yayıncılığın geliştiği 19. yüzyıl sonlarından bu yana etğin kuramsal düzeyde tartışıldığı gerçeğinden hareketle, gerek yaygın ve gerekse yerel düzeydeki medya yapılanmaları sorgulana gelmektedir. Ancak bu sorgulama genelde tek bir medya biçimi varmış gibi yaygın düzeyde yapılmakta ve etik ihlaller bu doğrultuda belirlenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın temel sorunu yerel medyanın normatif etikle ilişkisinin yaygın medya biçimleriyle aynılık içerip içermediği, farklılıkların hangi kaynaktan meydana geldiği, yerel düzeydeki ilke ve ihlal çatışmalarına nelerin sebep olduğu ve çözümün kaynağının hangi uygulamalar olabileceğidir. Bununla birlikte çalışmada; yerel medya çalışanlarının özeleştiri kapasiteleri de sorgulanmaktadır.

3.1.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma, betimleyici bir alan araştırması olarak tasarlanmış ve bu yöntem kullanılarak ankete dayalı alan araştırması tekniği uygulanmıştır. İlk olarak 4 bölüm ve 62 sorudan oluşan anket formu hazırlanmış ve soru cetveli iki uzman tarafından incelenmiş, gerekli düzeltmelerin ardından çalışma 10 kişiden oluşan medya çalışanı grubuna uygulanmış ve ön değerlendirme yapılmıştır. Anket, son düzeltmelerin ardından saha çalışmasına hazır hale getirilmiştir.

3.1.5. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Konya’da çalışan medya çalışanları oluşturmaktadır. Anket, Konya’da faaliyet gösteren radyo, televizyon, gazete, internet sitesi ve dergiler arasından seçilmiş 100 medya çalışanı arasında yapılmıştır. Çalışmada sistematik tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmakla birlikte, geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması amacıyla gerekli önlemler alınmıştır.

Örneklem içerisinde habercilik yapan kitle iletişim araçlarında en alt kademede görev alan muhabir-kameramanlardan başlayarak hiyerarşik olarak üst kademelerde görev alan katılımcılar kullanılmıştır. Araştırma için toplam 100 anket hazırlanmış ve bu anketlerin tamamı analize alınmıştır. Soru cetvelinde çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan 54 soruya ek olarak katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 8 soruya yer verilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler SPSS 15.0 ve SPSS 17.0 For Windows paket programları aracılığıyla bilgisayar ortamına aktarılmış ve analizleri yapılmıştır.

3.1.6. Araştırma Soruları

Soru 1: Medya çalışanlarının yaş dağılımına göre medyada etik standartlara verilen önemin dağılımı nedir?

Soru 2: Medya çalışanlarının cinsiyetlerine göre medyada etik standartlara verilen önemin dağılımı nedir?

Soru 3: Medya çalışanlarının eğitim düzeyine göre medyada etik standartlara verilen önemin dağılımı nedir?

Soru 4: Medya çalışanlarının yaş dağılımına göre medyada etik standartlara yönelik yaklaşım farklılaşmakta mıdır?

Soru 5: Medya çalışanlarının cinsiyetlerine göre medyada etik standartlara yönelik yaklaşım farklılaşmakta mıdır?

Soru 6: Medya çalışanlarının eğitim düzeyine göre medyada etik standartlara yönelik yaklaşım farklılaşmakta mıdır?

Soru 7: Katılımcıların en çok güvendiği kitle iletişim aracı nedir?

Soru 8: Katılımcıların en az güvendiği kitle iletişim aracı nedir?

Soru 9: Katılımcıların en fazla önem verdiği etik ilkeler nelerdir?

Soru 10: Katılımcıların en az önem verdiği etik ilkeler nelerdir?

3.1.7. Araştırmada Kullanılan İstatistik Teknikleri

Araştırmaya katılan medya çalışanlarının sosyo-demografik özellikleri ile diğer betimleyici maddelerin tespiti için yüzdeler kullanılarak frekans dağılımları hesaplanmıştır. Tanımlayıcı istatistikler, (aritmetik ortalama, mod, medyan, standart sapma, varyans, aralık ve frekans dağılımı) her bir değişkenle ilgili merkezi eğilimin ve deneklerin merkezi eğilime yakınlıklarını tespit etmek amacıyla kullanılmıştır (Altunışık, Coşkun vd, 2004: 284). Çalışmanın diğer bölümlerinde medya etiğinin standartları ile etik ihlallerine yönelik ilişkiler hesaplanmış, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla ki-kare testi uygulanmıştır.

Çapraz tablolardaki değişkenler arasındaki ilişkiyi daha incelikli test etme yöntemi Ki-kare testidir. Ki-kare testi, nitelik olarak ölçülebilen verilerle, sayısal ölçülerin bu türden nitelikler altında gruplandırılmasından sonra uygulanabilir (Ergün, 1995: 85). Ki-kare testi yalnızca ilişkilerin tespitinde değil, değişkenler arasındaki farklılıkların belirlenmesinde de kullanılmaktadır. Ki-kare analizi frekans dağılımları üzerinden hesaplanmaktadır. İki değişkenin birbirinden bağımsız olması, aralarında bir ilişkinin olmadığı anlamına gelir. Ki-kare testi değişkenlerin bağımsızlığını ölçmede yaygın biçimde kullanılmaktadır. Ancak Ki-kare testi iki değişken arasındaki ilişkinin şiddeti konusunda son derece sınırlı bilgi vermektedir (Altunışık vd, 2004: 191, 192, 193).

Çalışmada ayrıca frekans dağılımları ile çapraz tablolar (cross-tabulation) gibi betimleyici istatistik teknikleri ve ortalama, en düşük ve en yüksek değerleri veren merkezi eğilim ölçüleri kullanılmıştır.

3.2. ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI

Araştırmada elde edilen bulgular öncelikle katılımcıların özelliklerine yönelik bilgilerin analizini içermektedir. Değerlendirmenin ikinci bölümünü katılımcıların sorulara verdiği yanıtların dağılımı oluşturmaktadır. Son bölümde ise medyanın görevleri, sorumlulukları, işlevleri ve basın özgürlüğü kavramları etrafında şekillenen medya etiği ve etik ilkelere uygunluk değerleri yer almaktadır.

3.2.1. Katılımcıların Bazı Özellikleri

Bu bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yöneltilen 8 belirleyici sorunun analizlerine yer verilmiştir.

Tablo 3. Cinsiyet Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli yüzde	Toplam Yüzde
Kadın	16	16,0	16,0	16,0
Erkek	84	84,0	84,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 3'te yer alan bilgiler ankete katılanların büyük kısmını erkeklerin oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların yüzde 84'ü erkekler, yüzde 16'sı ise bayanlardan meydana gelmektedir.

Tablo 4. Medeni Durum

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Evli	38	38,0	38,0	38,0
Bekâr	62	62,0	62,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 5. Eğitim Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
İlköğretim	1	1,0	1,0	1,0
Ortaöğretim	26	26,0	26,0	27,0
Lisans	61	61,0	61,0	88,0
Yüksek Lisans	11	11,0	11,0	99,0
Doktora	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Katılımcıların medeni durumuna göre dağılıma bakıldığında bekâr deneklerin evlilere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Tablo 4’te görüldüğü gibi katılımcıların yüzde 62’si bekâr, yüzde 38’i ise evlidir. Deneklerin önemli bir bölümünün mesleğin ilk basamağı sayılan muhabir ve kameraman pozisyonunda olduğu dikkate alındığında bu sonuç beklentilere uygundur.

Katılımcıların yaş dağılımlarına bakıldığında 18 – 25 yaş aralığındakilerin yüzde 43 ile en büyük dilimi oluşturduğu görülmektedir. Ardından gelen yüzde 36’lık bölüm 26 – 35 yaş aralığında bulunan katılımcıları temsil etmekle birlikte, 36 – 45 yaş arasındaki deneklerin oranı yüzde 12 olarak tespit edilmiştir. 46 – 55 yaş arasında bulunanlar yüzde 7 oranında iken, 56 yaş ve üzerindeki katılımcıların oranı yüzde 2 olarak kayıtlara geçmiştir. Bu sonuca göre katılımcıları oluşturan örneklem grubunun oldukça genç olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Yaş Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
18–25	43	43,0	43,0	43,0
26–35	36	36,0	36,0	79,0
36–45	12	12,0	12,0	91,0
46–55	7	7,0	7,0	98,0
56 ve üzeri	2	2,0	2,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Katılımcılara yöneltilen bir diğer soru da gazetecilik mesleğini ne zamandan beri yaptıklarını tespit etmek amacıyla sorulmuştur. 1 – 4 yıl arasında gazetecilik yaptığını ifade eden yani bir diğer tabirle mesleğe yeni başladığını ifade edenlerin oranı yüzde 45 ile ilk sıradadır. Katılımcıların yaş dağılımlarında ortaya çıkan sonuç dikkate alındığında bu değer tutarlı olduğu görülmektedir. Meslekte 5 – 10 yıldır yer aldığını belirtenlerin oranı ise yüzde 31 ile ikinci sıradayken, 11 ila 19 yıl arasında gazetecilik yaptığını ifade edenlerin oranı yüzde 14 olarak tespit edilmiştir. 20 ila 24 yıldır gazetecilik yaptığını kaydedenlerin oranı yüzde 5, 25 yıl ve daha fazla süreyle gazetecilik yapmakta olduğunu belirtenlerin oranı da yüzde 5 olarak görülmektedir. Çıkan sonuçlara göre ankete katılanların yarıya yakınının meslekte yeni olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Deneklerin Gazetecilik Mesleğinde Bulunma Süreleri

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
1 – 4	45	45,0	45,0	45,0
5 – 10	31	31,0	31,0	76,0
11 – 19	14	14,0	14,0	90,0
20 – 24	5	5,0	5,0	95,0
25 ve üzeri	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Araştırmaya katılan medya çalışanlarının eğitim durumlarına bakıldığında yoğunlaşma ortaöğretim ve lisans düzeylerinde gerçekleşmektedir. Yüksel Lisans eğitimi almış deneklerin oranı üçüncü sıradadır. Eğitim sisteminin en alt ve en üst aşamalarını teşkil eden ilköğretim ve doktora seviyesinde öğrenim görmüş denek sayısı ise sadece yüzde 2 ile sınırlı kalmıştır. Tablo 5’te de açık şekilde görüldüğü gibi; ilköğretim mezunu oranı yüzde 1, ortaöğretim yüzde 26, lisans yüzde 61, yüksek lisans yüzde 11 ve doktora yüzde 1 olarak belirlenmiştir. Tabloda en dikkat çeken lisans mezunlarının oranıdır. Yüzde 61’lik dilime sahip bu orana etki eden başlıca sebebin iletişim fakültesi başta olmak üzere, çeşitli fakültelerde ve açık öğretim yoluyla lisans eğitimi alan medya çalışanları sayısında yaşanan artışın etkili olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sonuca göre deneklerin eğitim düzeyinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Deneklerin Medya Organlarına Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Cevapsız	3	3,0	3,0	3,0
Radyo	7	7,0	7,0	10,0
Televizyon	43	43,0	43,0	53,0
Gazete	36	36,0	36,0	89,0
Dergi	5	5,0	5,0	94,0
İnternet Sitesi	6	6,0	6,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Katılımcıların çalışmakta olduğu kitle iletişim araçlarının türlerine göre dağılımı Tablo 8’de görülmektedir. Burada en dikkat çeken oran gazete ve televizyonlardır. Gazetecilik yapan kitle iletişim araçlarının başında yer alan gazete ve televizyonda çalışan deneklerin toplamı yüzde 79’dur. Bu oranları sırasıyla radyo,

internet sitesi ve dergi çalışanları izlemektedir. Ayrıca çalıştığı kurumu belirtmeyen yüzde 3'lük bir dilim de mevcuttur.

Katılımcıların kurumlarında görev aldığı mevkilere bakıldığında ise muhabir ve kameramanların oranının yüzde 52, yani yarıdan biraz fazla olduğu dikkat çekmektedir. Dikkat çeken bir diğer oran ise “diğer” seçeneğini işaretleyenlerdir. Katılımcıların beşte birinden fazlası kurumlarında muhabir – kameraman, istihbarat şefi, haber müdürü, yazı işleri müdürü ve genel yayın yönetmenliği dışında görev üstlendiğini belirtmektedir. Tablo 9’da da görüldüğü gibi deneklerin yüzde 11’i genel yayın yönetmeni, yüzde 8’i yazı işleri müdürü ve yüzde 6’sı haber müdürüdür.

Tablo 9. Deneklerin Kurum İçindeki Mevkilerine Göre Dağılımı

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Muhabir-Kameraman	52	52,0	52,0	52,0
İstihbarat Şefi	2	2,0	2,0	54,0
Haber Müdürü	6	6,0	6,0	60,0
Yazı İşleri Müdürü	8	8,0	8,0	68,0
Genel Yayın Yönetmeni	11	11,0	11,0	79,0
Diğer	21	21,0	21,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Tablo 10 deneklerin sigortalılık durumlarını göstermektedir. Aktif sigortalı deneklerin oranı yüzde 78’dir. Bu oran yüksek gibi görünse de katılımcıların yüzde 22’sinin aktif sigortalı olmaması yerel medya kuruluşlarının sosyo – ekonomik yapısına ilişkin ipuçları vermektedir.

Tablo 10. Deneklerin Sigortalılık Durumu

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Evet	78	78,0	78,0	78,0
Hayır	22	22,0	22,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

3.2.2. Medya ve Etik İlişkisinde Yerel Medya Çalışanlarının Etiği Anlama Motivasyonlarına İlişkin Görüşleri

Tablo 11. Deneklerin Medya Biçimlerine ve Etiğe İlişkin Görüşleri

İfadeler	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	Cevapsız
	%	%	%	%	%	a%
Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır	67	28	0	3	2	0
Kurumumun genel yayın politikasının etik ilkelere uygun olduğunu düşünüyorum	45	33	10	4	7	1
Kurumum tarafından belirlenen ilkelerin düzgün biçimde işletildiğine inanıyorum	43	30	7	13	5	2
Medya etiğinin genel olarak kabul görmüş kuralları bulunmaktadır	30	39	12	6	10	3
Basın Konseyi işlevini tam olarak yerine getirmektedir	12	24	23	12	23	6
Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir	64	24	6	3	2	1
Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır	61	24	4	7	2	2
Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir	67	26	4	0	3	0
Kurumunda Düzeltme ve Cevap Hakkı'na özen gösterildiğini düşünüyorum	45	27	10	9	6	3
Çalıştığım basın yayın organının yayınlarda karşıt görüşlere yeterli kadar yer verildiğini düşünüyorum	34	35	10	8	10	3
Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının özdenetim uygulamalarını yeterli buluyorum	11	19	21	23	24	2
Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının kendi eleştirisini yeterli düzeyde yaptığını düşünüyorum	5	17	17	29	31	1
Görev aldığım medya kuruluşu dikkat çekecek biçimde kendi eleştirisini yayınlamaktadır	17	30	11	14	25	3
Gazeteciler, medya etiğine gereken ilgiyi göstermektedir	9	34	14	18	24	1
Medya etiği okulda değil sektörde öğrenilen bir olgudur	25	39	9	18	9	0
Türkiye'de verilen gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum	3	25	20	25	27	0
Kurumumun görev ve işlevlerini düzgün bir biçimde yerine getirdiğini düşünüyorum	36	33	10	12	8	1
Basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna inanıyorum	40	25	11	9	14	1
Devletin medya kuruluşlarını düzenlemeye yönelik uyguladığı yasa ve düzenlemeleri yeterli buluyorum	10	20	14	22	34	0
Medyanın kendi kendini denetleme (özdenetim) mekanizmaları yeterince işletilmektedir	6	23	20	28	23	0
Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır	70	18	4	4	4	0
Yerel medyada görev yapan muhabirler kısıtlamalara maruz bırakılmaksın görevlerini yerine getirebilmektedir	19	31	5	17	28	0
Yayın politikalarının belirlenmesinde kamu kurumları, özel sektör ve ikili bağlantılar etkili olmaktadır	55	24	10	3	7	1
Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir	68	21	5	2	4	0
Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir	49	32	9	6	3	1

Tiraj, izlenme, takip edilme vs. gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir	49	42	3	3	2	1
Basın yayın kuruluşları toplumda infial ve korku uyandıracak konularda sağduyulu davranmaktadır	20	27	13	18	21	1
Yerel medya kuruluşları liyakat sahibi kişilerce yönetilmektedir	21	23	17	15	22	2
Yerel medyada iyi eğitim almış, donanımlı muhabirler görev yapmaktadır	8	15	17	30	29	1
Yerel medyada çalışan muhabirler görevini eksiksiz yerine getirebilecek teknik altyapıya sahiptir	9	18	17	25	31	0
Yerel yöneticilerin yerel medya üzerinde baskı gücü olduğuna inanıyorum	50	26	8	6	6	4
Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb. kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum	61	28	8	3	0	0
Bazı ülkelerde uygulanan Medya Gözlemevi benzeri yapıların etik değerlerin korunmasına yardımcı olacağını düşünüyorum	39	41	17	1	2	0
Medya etiğine ilginin artmasının etik ihlallerde yaşanan artışa bağlı olarak gerçekleştiğini düşünüyorum	29	41	20	4	3	3
Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel araç yasa ve düzenlemelerdir	30	40	14	9	6	1
Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel görev habercinin kendisindedir	28	45	9	9	8	1
Bazı muhabirler, haber üretim sürecinde kendi kişisel çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir	41	33	12	9	4	1
Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir	52	28	12	4	2	2
Yerel medya çalışanları kamu adına görev yaptığının bilincindedir	15	36	20	16	12	1

Medya ve etik ilişkisini içeren yargılara ilişkin katılımcıların görüşleri tablo 11 ve 12’de verilmiştir. Tablo 11’de medya çalışanlarının sayısı ve yüzde dağılımları yer alırken, tablo 12’de yanıtların merkezi eğilim istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 12’ye bakıldığında deneklerin en çok önem verdikleri konunun eğitim olduğu dikkat çekmektedir. Habercilik yapan basın yayın organlarında çalışanların gazetecilik eğitimi alması gerektiği yönündeki kanı yüzde 95’tir. Buna karşın medya çalışanlarının gazetecilik eğitimi almasının gerekli olmadığı yönünde görüş bildirenlerin oranı ise sadece yüzde 5’te kalmıştır. Buna göre, deneklerin uzmanlık eğitimi konusunda hem fikir oldukları söylenebilir.

Yerel medya kuruluşlarının işleyişleri hakkında bilgi sahibi olmak, medyayı tartışarak kurumların yayıncılık anlayışında görülen eksik ve yanlışları tespit etmek ve çalışanların sektör içerisindeki yapıyı daha iyi gözlemleyebilmesi amacıyla toplantılar düzenlemek yerel medyayı daha sağlıklı işleyişe kavuşturmak için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla katılımcılara böylesi bir toplantının düzenlenmesine nasıl baktıklarını belirlemek amacıyla “yerel medya çalışanları

medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir” yargısı yöneltmiştir. Tablo 12’de görüleceği üzere bu yargıya olumlu yaklaşanların oranı yüzde 90’ın üzerindedir. Kararsız olduğunu belirtenler yüzde 4’te, katılmadığını ve kesinlikle katılmadığını ifade edenlerin oranı ise sadece yüzde 7’de kalmıştır. Bu sonuç, yerel medya kuruluşlarının işleyişlerinin daha düzgün hale getirilmesinde kolektif bilincin oluşturulması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada yanıtı aranan sorulardan biri de yerel medya kuruluşlarının en önemli gelir kaynağı olan reklâmın habercilik anlayışına ve dolayısıyla ekonomik yapının haber içeriklerine ne derecede etki ettiğinin ölçülmesine yöneliktir. Tablo 11’e göre reklâm kaygısının habercilik anlayışına olumsuz etki ettiğine ilişkin yargıya kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı yüzde 68 ile en büyük dilimi oluşturmaktadır. “Katılıyorum” diyenler yüzde 21, kararsızım yanıtı verenler ise yüzde 5 olarak tespit edilmiştir. İfadeye “kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” yanıtını verenlerin toplamı ise sadece yüzde 6 olarak belirlenmiştir. Bu sonuç, yerel medya çalışanları açısından medya etiğinin temel ilkelerinden doğruluk ve tarafsızlık ilkelerinin reklâm karşılığında hiçe sayıldığını ortaya koymaktadır.

Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu veya izleyicilerden gelen geri bildirimlerin etkisine yönelik soruya verilen cevaplar tablo 11’de görülmektedir. Buna göre medya çalışanlarının verdiği yanıtların etik ilkelerin uygulanmasının halk boyutunun da olduğuna işaret etmektedir. Halktan yansıyan geri bildirimlerin etik standartları yükseltebileceği yönündeki görüş yüzde 89’a ulaşmaktadır. Bu sonuç, yasal düzenlemeler ve özdenetim mekanizmalarının yanı sıra okuyucu ve izleyicilerin de yapıya etki edebileceği görüşünü kuvvetlendirmektedir.

Tablo 12’ye bakıldığında özdenetim mekanizmalarının yerel düzeyde işletilmesi gerektiği yönündeki görüşün de oldukça güçlü olduğu görülmektedir. “Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir” yargısına katıldığını belirtenlerin oranı toplamda yüzde 88’i bulmaktadır. Yani bu görüş yerel medya çalışanlarını özdenetimin sağlanması konusunda da aynı çizgide

birleştirmiştir. Katılımcılar, denetim araçlarını yerel düzeyde de yapılabileceği fikrine sıcak bakmaktadır. Bu sayede medya çalışanlarının denetimi kolaylaşacaktır.

Yaygın medya kuruluşlarında olduğu gibi yerel medyada da yayınların içeriği tartışılmaktadır. Bu doğrultuda yerel medya çalışanlarına yöneltilen sorulardan biri de baskı sayısı ve izlenme gibi kaygıların haber içeriklerine olumsuz etkide bulunup bulunmadığı yönündedir. Katılımcıların çok büyük bir kısmı baskı sayısı, izlenme ve takip edilme gibi kaygıların haber içeriklerini magazinleştirdiğini düşünmektedir. İfadeye katıldığını belirtenlerin oranı yüzde 42 iken, “kesinlikle katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 49 seviyesindedir. İfadeye katılmadığını belirtenlerin oranı ise yüzde 3 ile sınırlı kalmıştır. Bu sonuç, etik ilkelerin doğrudan ekonomik sebeplerle ihlal edildiği gerçeğini ortaya koymaktadır.

Tablo 12. Medya ve Etik İlkelere İlişkin Betimleyici İstatistikler

İfadeler	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almamıştır	100	1	5	4,55	,82
Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir	100	1	5	4,54	,83
Reklam kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir	100	1	5	4,47	,97
Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb. kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum	100	1	5	4,47	,77
Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır	100	1	5	4,46	1,02
Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir	100	1	5	4,42	,99
Tiraj, izlenme, takip edilme vs. gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir	100	1	5	4,30	,94
Basın Konseyi'nde yer alanların yaptırım gücü olmalıdır	100	1	5	4,29	,99
Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir	100	1	5	4,18	1,13
Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir	100	1	5	4,15	1,11
Yayın politikalarının belirlenmesinde kamu kurumları, özel sektör ve ikili bağlantılar etkili olmaktadır	100	1	5	4,14	1,24
Bazı ülkelerde uygulanan Medya Gözlemevi benzeri yapıların etik değerlerin korunmasına yardımcı olacağını düşünüyorum	100	1	5	4,12	,95
Kurumumun genel yayın politikasının etik ilkelere uygun olduğunu düşünüyorum	100	1	5	4,02	1,23
Yerel yöneticilerin yerel medya üzerinde baskı gücü olduğunu düşünüyorum	100	1	5	3,96	1,42
Bazı muhabirler haber üretim sürecinde kendi kişisel çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir	100	1	5	3,95	1,19
Kurumunda düzeltme ve cevap hakkına özen gösterildiğini düşünüyorum	100	1	5	3,87	1,39
Kurumum tarafından belirlenen ilkelerin düzgün biçimde işletildiğine inanıyorum	100	1	5	3,87	1,33
Medya etiğine ilginin artmasının etik ihlallerde yaşanan artışa bağlı olarak gerçekleştiğini düşünüyorum	100	1	5	3,80	1,17

Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel araç yasa ve düzenlemelerdir	100	1	5	3,76	1,120
Kurumunun görev ve işlevlerini düzgün biçimde yerine getirdiğini düşünüyorum	100	1	5	3,74	1,330
Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel görev habercinin kendisindedir	100	1	5	3,73	1,246
Çalıştığım basın yayın organının yayınlarında karşıt görüşlere yeteri kadar yer verildiğini düşünüyorum	100	1	5	3,66	1,429
Basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna inanıyorum	100	1	5	3,65	1,479
Medya etiğinin genel kabul görmüş kuralları bulunmaktadır	100	1	5	3,64	1,389
Medya etiği okulda değil, sektörde öğrenilen bir olgudur	100	1	5	3,53	1,290
Yerel medya çalışanları kamu adına görev yaptığının bilincindedir	100	1	5	3,23	1,285
Basın yayın kuruluşları toplumda korku ve infial yaratacak konularda sağduyulu davranmaktadır	100	1	5	3,04	1,483
Yerel medya kuruluşları liyakat sahibi kişilerce yönetilmektedir	100	1	5	3,00	1,517
Yerel medyada görev yapan muhabirler kısıtlamalar maruz bırakılmaksızın görevlerini yerine getirebilmektedir	100	1	5	2,96	1,543
Görev aldığım yayın kuruluşu dikkat çekecek biçimde kendi eleştirisini yayınlamaktadır	100	1	5	2,91	1,551
Gazeteciler medya etiğine gereken ilgiyi göstermektedir	100	1	5	2,83	1,385
Basın Konseyi işlevini tam olarak yerine getirmektedir	100	1	5	2,72	1,498
Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının özdenetim uygulamalarını yeterli buluyorum	100	1	5	2,64	1,374
Medyanın kendi kendini denetleme (özdenetim) mekanizmaları yeterince işletilmektedir	100	1	5	2,61	1,238
Türkiye’de verilen gazetecilik eğitimini yeterli buluyorum	100	1	5	2,52	1,218
Devletin medya kuruluşlarını düzenlemeye yönelik uyguladığı yasa ve düzenlemeleri yeterli buluyorum	100	1	5	2,50	1,396
Yerel medyada çalışan muhabirler görevlerini eksiksiz yerine getirebilecek teknik altyapıya sahiptir	100	1	5	2,49	1,337
Yerel medyada iyi eğitim almış, donanımlı muhabirler görev yapmaktadır	100	1	5	2,40	1,294
Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının kendi eleştirisini yeterli düzeyde yaptığını düşünüyorum	100	1	5	2,23	1,247

Çalışma kapsamında katılımcılara, gazetecilik mesleğini etik değerler açısından tartışmalı hale getiren önemli sorunlardan haksız çıkar ve kazanca yönelik görüşleri sorulmuştur. “Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir” yargısına verilen yanıtlar tablo 11’de ayrıntılı olarak yer almaktadır. Verilen yanıtlar arasında en çarpıcı dilimi yüzde 49’la “kesinlikle katılıyorum” ifadesi oluşturmaktadır. Aynı zamanda “katılıyorum” diyerek mesleğin haksız çıkarlara alet edildiği düşüncesinde olanlar da yüzde 32’ye ulaşmaktadır. Kararsız olduğunu bildirenlerin oranı yüzde 9 iken, gazetecilik mesleğinin haksız çıkar ve amaçlara alet edildiği görüşünü paylaşmayanların oranı da sadece yüzde 9’da

kalmıştır. Bu sonuca göre yerel medya çalışanları büyük ölçüde medyanın belirli kişi ve kuruluşlar tarafından kötü niyetli olarak kullanıldığı görüşünde birleşmiştir.

Etik ilkelerin ihlaline yol açan en büyük sebeplerden biri olan kurumsal ve bireysel düzeydeki ekonomik kapasiteye ilişkin durum yerel düzeyde de dikkat çekicidir. Medya çalışanlarının ekonomik durumunun sektörde etik ihlallere yol açtığını düşünenlerin oranı yüzde 80'dir. Tablo 11'e bakıldığında kararsızların oranının karamsar düşünenlerden bile fazla olduğu görülmektedir. Buna göre etik ihlallere yol açtığı bilinen sosyo-ekonomik yapı, medya çalışanları açısından sorunlu bir konu olarak bir kez daha altı çizilmektedir.

Medyada mülkiyet sorununun ölçülenmesi amacıyla "yerel medya kuruluşları liyakat sahibi kişilerce yönetilmektedir" ifadesi kullanılarak deneklerin eğilimleri irdelenmiştir. Buna göre; yerel medya kuruluşlarının yetkin kişilerce yönetilmediği görüşünde olanların oranı yüzde 37 olarak tespit edilmiştir. Burada dikkat çeken, ifadeye kesinlikle katılmadığını belirtenlerin yüzde 22'yi buluyor olmasıdır. Ancak yerel medyanın yeterlilik sahibi kişilerce yönetildiğini düşünenlerin oranı da yüzde 44 seviyelerindedir. Dolayısıyla katılımcıların bu konuda ikiye ayrıldığı söylenebilir. Kararsızların oranının yüksekliği de bu yaklaşımı desteklemektedir.

Yerel yöneticilerin yerel medya kuruluşlarının işleyişine doğrudan ya da dolaylı olarak etkisini belirlemek amacıyla yöneltilen "yerel yöneticilerin yerel medya üzerinde baskı gücü olduğuna inanıyorum" ifadesine kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı yüzde 50 olarak tespit edilmiştir. Bu ifadeye katıldığını ifade edenlerin oranı ise yüzde 26 ile ikinci sıradadır. Dolayısıyla deneklerin büyük bir bölümü yerel yöneticilerin medya işleyişi üzerinde baskı gücüne sahip olduğu görüşünde birleşmiştir. Bu durum dikkat çekici olmakla birlikte, yaygın medya kuruluşlarında tartışma konusu olan iktidar - medya ilişkilerinin bir benzeri yerel medyada yaşanmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen sorulardan biri de muhabirlerin çeşitli etkenlere bağımlı kalmaksızın haber üretim sürecini tamamlama kapasitelerine ilişkindir. "Yerel medyada görev yapan muhabirler kısıtlamalara maruz bırakılmaksızın

görevlerini yerine getirebilmektedir” ifadesine katılımcıların 3’te 1’ine yakını kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. “Katılmıyorum” cevabı ile muhabirlerin baskı altında olduğunu kaydeden deneklerin oranı ise yüzde 17 olarak kayıtlara geçmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların yarıya yakını muhabirlerin kısıtlamalara maruz bırakıldığını düşünmektedir. Habercilerin görevlerini yerine getirebildiği düşüncesinde olanların yüzde 31’i “katılıyorum” ve yüzde 19’u “kesinlikle katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildirmiştir. Denekler arasında muhabir-kameraman oranının hayli yüksek olduğu dikkate alındığında, burada da deneklerin ikiye ayrıldığı söylenebilir.

Yerel medya çalışanlarına yöneltilen ayırt edici yargılardan bir diğeri de çalıştıkları kurumların etik ilkelere uygun olup olmadığı yönünde sorulmuştur. Deneklerin yarıya yakını “kesinlikle katılıyorum” cevabı ile kurumunun yayın ilkelerini eksiksiz gözettiğini ifade etmiştir. “katılıyorum” diyenlerin oranı yüzde 33 iken, kararsızların yüzde 10’luk bir dilimi teşkil etmesi dikkat çekicidir. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “katılmıyorum” cevabını verenlerin oranı da yüzde 11’i bulmaktadır. Dolayısıyla kurumların etik ilkelere uygunluğu açısından olumsuz görüş bildirenlerin oranı 5’te 1’e ulaşmaktadır. Deneklerden alınan cevaplar tablo 11’de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Medya denetiminde önemli bir yere sahip özdenetim mekanizmalarının işleyişine ilişkin yargıya yönelik yanıtlar ise dikkat çekicidir. Deneklere; “Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının özdenetim uygulamalarını yeterli buluyorum” ifadesi yöneltilerek yasal düzenlemeler dışındaki uygulamalar hakkındaki görüşleri irdelenmiştir. Katılımcıların yüzde 24’ü “kesinlikle katılmıyorum”, yüzde 23’ü ise “katılmıyorum” cevabı ile yerel medyada özdenetim mekanizmalarına duyduğu güvensizliği ifade etmiştir. Kararsızların oranı da bu iki orana yakındır ayrıca özdenetim mekanizmalarının işleyişini yeterli bulanların oranı da yüzde 11’de kalmıştır. Dağılımın olumsuz düşünelere yaklaştıkça yoğunluk göstermesi yerel medyanın denetimi ile ilgili karamsarlığa işaret etmektedir

Medya yapılanmaları için oluşturulan etik kodların hangi oranda benimsendiği ve göz ardı edilip edilmediğine ilişkin olarak yöneltilen “gazeteciler

medya etiğine gereken ilgiyi göstermektedir” ifadesine verilen cevaplar görece olumlu bir görünümde. “Kesinlikle katılmıyorum” ve “Katılmıyorum” diyenler ile “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevabını verenlerin oranları yaklaşık değerlerdedir. Tablo 11’de yer alan veriler dağılımı ayrıntılı olarak göstermektedir.

Medya etiğine ilişkin tartışmaların odak noktasını teşkil eden başlıklardan biri de basın özgürlüğüdür. Yerel medya çalışanlarına yaygın ya da yerel ayrımı yapmaksızın yöneltilen Türkiye’de basın özgürlüğü algılamasından çıkan sonuçlar tablo 11’de verilmiştir. Buna göre basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna kesin olarak inananların oranı yüzde 40 ile birinci sıradadır. Basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna katıldığını belirtenlerin oranı yüzde 25, “kesinlikle katılmıyorum” diyenlerin oranı ise yüzde 14’tür. Bu görüşe katılmadığını veya kararsız olduğunu ifade edenler ise yüzde 10 ile aynı seviyelerde kalmıştır. Böylece medya çalışanlarının büyük bölümünün basın özgürlüğü konusuna karamsar baktığı anlaşılmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen sorulardan biri de muhabirlerin çeşitli etkenlere bağımlı kalmaksızın haber üretim sürecini tamamlama kapasitelerine ilişkindir. “Yerel medyada görev yapan muhabirler kısıtlamalara maruz bırakılmaksızın görevlerini yerine getirebilmektedir” ifadesine katılımcıların 3’te 1’ine yakını kesinlikle katılmadığını belirtmiştir. “Katılmıyorum” cevabı ile muhabirlerin baskı altında olduğunu kaydeden deneklerin oranı ise yüzde 17 olarak kayıtlara geçmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların yarıya yakını muhabirlerin kısıtlamalara maruz bırakıldığını düşünmektedir. Habercilerin görevlerini yerine getirebildiği düşüncesinde olanların yüzde 31’i “katılıyorum” ve yüzde 19’u “kesinlikle katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildirmiştir.

Çalışma kapsamında yanıtı aranan sorulardan biri de medya çalışanlarının Türkiye’de verilen gazetecilik eğitimi ile ilgili ne düşündüğüdür. Bu doğrultuda yöneltilen “Türkiye’de verilen gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum” ifadesine verilen yanıtlar son derece önemlidir. İfadeye “kesinlikle katılmıyorum” yanıtı verenlerin oranı yüzde 27 ile ilk sıradadır. “Katılmıyorum” diyenlerin oranı da 25 ile bu oranlara yakındır ancak ifadeye katıldığını belirtenlerin oranı yüzde 25,

kesinlikle katıldığını dile getirenlerin oranı ise sadece yüzde 3'e ulaşabilmiştir. Tablo 11'de dikkat çeken bir diğer madde ise kararsızlardır. Bu sonuçlara göre ankete katılanların yarıya yakını gazetecilik eğitimi almış olmasına rağmen gazetecilik eğitiminin yeterli olmadığını düşünenlerin oranı yüzde 50'nin üzerine çıkmıştır.

3.2.3. Kitle İletişim Araçlarının Güvenilirlik Açısından Değerlendirilmesi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Anketin 3. bölümünde yerel medya çalışanlarına genel olarak medya kuruluşlarının güvenilirlik seviyelerine ilişkin görüşleri sorulmuştur. Bu bölümde gazete, televizyon, radyo, dergi ve internet sitelerinin hangi oranda güvenilirliğe sahip olduğuna ilişkin değerler verilmektedir.

Katılımcıların çalışmakta olduğu basın yayın organlarının yoğunluğu dikkate alındığında, gazete ve televizyon çalışanlarının verdiği cevaplar dikkat çekicidir. Ankete katılanların yüzde 36'sı yerel gazetelerde çalışmasına rağmen gazeteyi “çok güvenilir” olarak değerlendirenlerin oranı yüzde 4'te kalmıştır. Gazeteyi “güvenilir” olarak görenler yüzde 42, “biraz güvenilir” cevabını verenler yüzde 47 olarak tespit edilmiştir. “Güvenilmez” ve “hiç güvenilmez” diyenlerin oranı ise Tablo 13'te görüldüğü gibi yalnızca yüzde 7'lik bir dilimi oluşturmaktadır. Bu sonuç yerel medya çalışanlarının gazeteye bakışının olumlu ve olumsuz görüşler arasında dengeli bir durumda bulunduğunu göstermektedir.

Tablo 13. Gazete Güvenilirlik Oranları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç Güvenilmez	3	3,0	3,0	3,0
Güvenilmez	4	4,0	4,0	7,0
Biraz Güvenilir	47	47,0	47,0	54,0
Güvenilir	42	42,0	42,0	96,0
Çok Güvenilir	4	4,0	4,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Televizyonun güvenilirlik derecesinin ölçülmesine ilişkin soruya verilen cevaplar gazete ile benzer yöndedir. Katılımcıların yarıdan fazlası televizyonu “biraz güvenilir” bulmaktadır. Bu oran deneklerin yüzde 43'ünün televizyon çalışanı olduğu dikkate alındığında hayli ilgi çekicidir. Televizyonu “güvenilir” bulanlar yüzde 35,

“çok güvenilir” bulanlar ise yüzde 1’lik dilimi oluşturmaktadır. Tabloya göre televizyonu güvenilir bulmayan deneklerin oranı ise oldukça düşük kalmıştır.

Tablo 14. Televizyon Güvenilirlik Oranları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç Güvenilmez	5	5,0	5,0	5,0
Güvenilmez	3	3,0	3,0	8,0
Biraz Güvenilir	56	56,0	56,0	64,0
Güvenilir	35	35,0	35,0	99,0
Çok Güvenilir	1	1,0	1,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Medya çalışanlarına güvenilirlik açısından görüşlerinin sorulduğu bir diğer kitle iletişim aracı da radyodur. Elektronik haberleşmenin en eski örneklerinden biri olan radyonun güvenilirliği konusunda deneklerin eğilimi gazete ve televizyona benzemektedir. İnternet kadar olmasa bile radyoya olumsuz bakanların oranı gazete ve televizyondan daha fazladır. Buna göre radyoyu “hiç güvenilmez” ve “güvenilmez” olarak niteleyen deneklerin oranı yüzde 15’tir. Radyoyu biraz güvenilir olarak değerlendirenler ise deneklerin neredeyse yarısını oluşturmaktadır. Radyonun güvenilirliği ile ilgili ayrıntılı sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 15. Radyo Güvenilirlik Oranları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç Güvenilmez	5	5,0	5,0	5,0
Güvenilmez	10	10,0	10,0	15,0
Biraz Güvenilir	47	47,0	47,0	62,0
Güvenilir	36	36,0	36,0	98,0
Çok Güvenilir	2	2,0	2,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Bu bölümde yer alan bir diğer kitle iletişim aracı dergidir. Deneklere dergiyi hangi düzeyde güvenilir bulduğu sorulmuştur. Bu soruya verilen cevaplara bakıldığında ise dergiyi “biraz güvenilir” olarak görenler yüzde 52’ye ulaşmaktadır. Dergiye güven duymadıklarını ifade edenlerin ve “hiç güvenilmez” olarak görenlerin oranı ise radyoya göre bir puan fazladır. Dergiyi güvenilir kitle iletişim aracı olarak değerlendirenlerin oranı ise yüzde 29 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 16. Dergi Güvenilirlik Oranları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç Güvenilmez	3	3,0	3,0	3,0
Güvenilmez	13	13,0	13,0	16,0
Biraz Güvenilir	52	52,0	52,0	68,0
Güvenilir	29	29,0	29,0	97,0
Çok Güvenilir	3	3,0	3,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Çalışma kapsamında cevabı aranan sorulardan birisi de kitle iletişim araçlarından en yeni ve popüler internetin hangi oranda güvenilir olarak algılandığıdır. Denekler diğer 4 kitle iletişim aracına göre en güvenilir olarak interneti işaret etmiştir. Bu bölümde interneti “güvenilmez” olarak niteleyenler yüzde 32’ye ulaşmaktadır. “Hiç güvenilir” görenlerin oranı da yüzde 9 ile dikkat çekici bir seviyedir. “Biraz güvenilir” cevabı verenler yüzde 43 ile en büyük dilimi oluştururken, interneti “güvenilir” olarak görenler yüzde 12’dir. İnternetin güvenilirliğine ilişkin deneklerden alınan cevaplar Tablo 17’de ayrıntılı olarak verilmiştir.

Tablo 17. İnternet Güvenilirlik Oranları

	Sayı	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Hiç Güvenilmez	9	9,0	9,0	9,0
Güvenilmez	32	32,0	32,0	41,0
Biraz Güvenilir	43	43,0	43,0	84,0
Güvenilir	12	12,0	12,0	96,0
Çok Güvenilir	4	4,0	4,0	100,0
Toplam	100	100,0	100,0	

Bu sonuçlara göre Tablo 18’e bakıldığında, en güvenilir kitle iletişim aracı gazete olarak görülmektedir. Televizyon 2. sırada yer alırken, radyo en güvenilir kitle iletişim aracı olarak 3. sırayı almaktadır. 4. sırada bulunan dergi güvenilirlik açısından internetin önünde yer alırken, medya çalışanları tarafından en az güvenilir bulunduğu kitle iletişim aracı internettir.

Tablo 18. Medya Güvenilirliğine İlişkin Betimleyici İstatistikler

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Gazete	100	1	5	3,40	,76
Televizyon	100	1	5	3,24	,75
Radyo	100	1	5	3,20	,84
Dergi	100	1	5	3,16	,80
İnternet	100	1	5	2,70	,93

3.2.4. Deneklerin Sosyo-Demografik Özellikleri ve Medya İşleyişine Yönelik Karşılaştırmalar

Katılımcıların gazetecilik eğitimi hakkındaki düşüncelerinin eğitim durumuna ve cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığını sorgulayan bu bölümde ki-kare (chi square) analizi uygulanarak bu iki durum arasında anlamlı bir farklılaşma olup olmadığı ölçülmüştür. Bu bölümde aritmetik ortalama açısından deneklerin en fazla önem verdiği maddeler yorumlanmıştır.

Ki-Kare Testi sonucunda ortaya çıkan rakamlar, deneklerin eğitim durumu ile gazetecilik eğitimi arasında anlamlı bir farklılaşma olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre çapraz tablo incelendiğinde (bkz. Ek 1, Tablo 1); “habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alanlar gazetecilik eğitimi almalıdır” ifadesine katıldığını belirtenlerin oranı yüksek lisans düzeyinde yüzde 10,4, lisans düzeyinde yüzde 74,6, ortaöğretimde ise yüzde 14,8 olarak tespit edilmiştir. İlköğretim düzeyindeki denekler ifadeye katıldığına dair görüş bildirmemiştir. Bu sonuca göre; genel anlamda eğitim düzeyi arttıkça gazetecilik eğitimi konusundaki hassasiyetin arttığı görülmektedir ($\chi^2=71.80$, $df=12$, $p<.000$). Başka bir ifadeyle, ilk ve ortaöğretim düzeyindeki katılımcılar, yüksek öğretim düzeyindekilere oranla gazetecilik eğitiminin gerekli olduğu konusunda daha olumsuz düşünmektedir.

Katılımcıların gazetecilik eğitimi ile cinsiyetleri arasında farklılaşma oluşup oluşmadığına ilişkin tabloya bakıldığında (bkz. Ek 1, Tablo 2), eğitim durumlarının aksine anlamlı bir farklılık göze çarpmamaktadır. Yani ankete katılan erkek ve kadın denekler medya çalışanlarının gazetecilik eğitimi alması konusunda benzer yönde eğilime sahiptir ($\chi^2= 1.18$, $df= 2$, $p>.758$). Bu sonuca göre cinsiyet açısından bakıldığında, mesleki eğitim konusu aynı düzeyde önemli görülmektedir.

Katılımcılara yöneltilen “öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım” ifadesine verilen yanıtların cinsiyet açısından anlamlı bir farklılaşma ortaya çıkarıp çıkarmadığı sorgulanmaktadır. Cinsiyete göre, “öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım” maddesine verilen yanıt anlamlı farklılık göstermektedir (bkz Ek 1, Tablo 2). Erkek katılımcıların yüzde 79,5’u gazetecilik eğitimi aldığını belirtirken kadın katılımcılardan yalnızca yüzde 20,5’i yaşamı boyunca gazetecilik eğitimi aldığını ifade etmiştir. Bu sonuca göre ankete katılan erkeklerin teorik gazetecilik açısından kadınlardan çok daha deneyimli oldukları söylenebilir ($\chi^2= 12.97$, $df= 2$, $p<.002$).

Katılımcılara yöneltilen; “medya etiğinin genel kabul görmüş kuralları vardır” ifadesi ile deneklerin eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık oluşup oluşmadığı ölçülmüştür (bkz. Ek 1, Tablo 3). Görüldüğü gibi bu iki değer arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Çalışmada yer alan deneklerin medyanın herkesçe kabul edilen etik unsurlarının bulunup bulunmadığına ilişkin görüşleri eğitim düzeyinin artışına bağlı olarak değişiklik göstermediği tespit edilmiştir. Özellikle ortaöğretim, lisans ve yüksek lisans seviyesindeki katılımcıların verdiği yanıtların yaklaşık değerlerde olduğu Ek 1 Tablo 3’te açık bir şekilde görülmektedir ($\chi^2= 16.01$, $df= 20$, $p>.715$).

Katılımcıların eğitim durumları göz önüne alındığında medya etiğinin sektör içerisinde mi yoksa okulda mı öğrenildiğine ilişkin yaklaşımların anlamlı bir ayrışma gösterip göstermediğine ilişkin tablo ekte verilmiştir. Farklı eğitim gruplarında yer alan deneklere yöneltilen “medya etiği okulda değil sektörde öğrenilen bir olgudur” yargısı tabloya göre anlamlı bir ayrışma ortaya koymamaktadır. Çapraz tablo incelendiğinde (bkz. Ek 1, Tablo 4); ifadeye katılmadığını belirtenlerin yüzde 33,3’ü

ortaöğretim, yüzde 44,4'ü lisans ve yüzde 22,2'si yüksek lisans düzeyindedir. Dolayısıyla katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça medya etiğinin öğrenimine ilişkin bakış açıları tutarlı bir farklılık ortaya koymamaktadır ($\chi^2= 14.78$, $df= 16$, $p>.540$).

Katılımcıların yaş dağılımları ve “Türkiye’de basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna inanıyorum” yargısı arasında anlamlı bir farklılık bulunup bulunmadığına bakıldığında ortaya çıkan sonuçlar ek tablolarda verilmiştir. (bkz Ek 1, Tablo 5) İfadeye “kesinlikle katılıyorum” yanıtını verenlerin oranı yaş ortalaması yükseldikçe düşüş eğilimi göstermektedir. 18 – 25 yaş aralığında bulunan deneklerin yüzde 42,5'i Türkiye’de basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna kesinlikle inandığını belirtirken, bu oran 26 – 35 yaş aralığındaki deneklerde yüzde 35’e, 36 – 45 yaş aralığında bulunan deneklerde ise yüzde 12,5’e düşmektedir. 46 – 55 yaş aralığındaki deneklerde yüzde 7,5 olarak tespit edilen bu oran 56 ve üzeri yaştaki katılımcılarda yüzde 2,5 düzeyine kadar gerilemektedir. Dolayısıyla deneklerden ileri yaştakilerin genç deneklere oranla medya etiğinin belirleyici unsurlarından basın özgürlüğüne olumlu yaklaşımları görülmektedir ($\chi^2= 65.99$, $df= 20$, $p<.000$).

Çalışmada ortaya çıkan ilgi çekici sonuçlardan birisi de deneklerin yaş dağılımlarına göre gazetecilik eğitimlerinin gösterdiği farklılaşma olmuştur (bkz. Ek 1, Tablo 6). Buna göre “öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım” ifadesine “evet” diyenlerin oranı 18 – 25 yaş aralığında yüzde 31,5, 26 – 35 yaş aralığında yüzde 37, 36 – 45 yaş aralığında yüzde 16,7 ve 46 – 55 yaş aralığında yüzde 13 olarak gerçekleşmiştir. 56 yaş ve üzerindeki denekler içerisinde gazetecilik eğitimi aldığını ifade edenlerin oluşturduğu dilim ise yalnızca yüzde 1,9 düzeyinde kalmıştır. Bu sonuçlara göre “hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım” diyen katılımcıların yaş ortalaması düştükçe oranın arttığı açıkça görülmektedir ($\chi^2= 36.47$, $df= 8$, $p<.000$).

Ankete katılan yerel medya çalışanlarının yaş dağılımları ve eğitim durumları karşılaştırıldığında iki değer arasında anlamlı bir farklılık gözlenmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 7). Bu farklılık ankete katılan medya çalışanlarının sektörde bulunma süreleri arttıkça eğitim durumlarının düştüğünü ortaya koymaktadır. Gazeteciliğe 1 ila 4 yıl arasında başlamış olanların yüzde 60,7'si lisans

düzeindeyken, 5 ila 10 yıldır gazetecilik yapanların yüzde 23'ü lisans seviyesinde görülmektedir. Bu oran meslekte 20. yılını doldurmuş olanlarda yüzde 3,3'e düşerken, 25 yıldan daha fazla gazetecilik yapanlarda da yine yüzde 3,3 olarak tespit edilmiştir. Buna göre, medya sektörüne yeni adım atanların eğitim seviyelerinin gittikçe yükseldiği söylenebilir ($x^2= 39.73$, $df= 16$, $p<.001$).

Katılımcıların en çok önem verdiği konulardan birisi de medya çalışanlarının gelir düzeyidir. Bu bağlamda katılımcılara “medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir” ifadesi yöneltilmiştir. Buna göre deneklerin yaş dağılımları ile ifade arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu gözlemlenmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 9). 18-25 yaş grubundaki deneklerin yüzde 44,2'si, 26-35 yaş grubundaki deneklerin yüzde 40,4'ü ve 36-45 yaş aralığındaki deneklerin yüzde 11,5'i ifadeyi kesin olarak desteklerken, ileri yaş grubundaki deneklerde bu oran yüzde 3'lere kadar düşmektedir. Dolayısıyla mesleğe yeni başlayan deneklerin, medya çalışanlarının gelir düzeylerinin etik ihlallere neden olabileceği yönündeki düşüncesi kuvvetlilik kazanmaktadır. Böylece, genç deneklerin gelir seviyelerinin düşük olması nedeniyle daha eleştirel baktıkları sonucuna varılabilir ($x^2= 44.30$, $df= 20$, $p<.001$).

3.2.5. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Medyada Etik Standartlara Verilen Önemdeki Dağılım

Çalışmanın bu bölümünde elde edilen veriler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Yaş, cinsiyet ve eğitim durumları gibi demografik özellikler ile medyada etik standartları belirleyen ifadelerden katılımcıların en çok önem verdiği 10 madde karşılaştırılmıştır.

3.2.5.1. Cinsiyete Göre Dağılım

“Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır” ifadesi cinsiyete göre incelendiğinde genel olarak benzer yönde bir eğilim görülmektedir. Erkek deneklerin yüzde 67,9'u ifadeye kesinlikle katıldığını belirtirken, kadınların yüzde 62,5'i ifadeyi kesin olarak desteklemektedir. Ancak, gazetecilik eğitimine önem vermeyenlerin oranına bakıldığında kadınların

erkeklerden hayli fazla olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum, erkek yerel medya çalışanlarının kadınlara oranla daha eğitimli olmalarının sonucu olarak yorumlanabilir (bkz. Ek 1, Tablo 10).

“Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir” yargısı incelendiğinde, erkeklerin yüzde 90’a varan oranda ifadeyi destekledikleri görülmektedir. Kadın deneklerde bu oran yüzde 75’lerdedir. İfadeye kesin olarak karşı olduğunu belirtenlerde ise kadınların oranı yüzde 12,5’ken, erkeklerde bu oran yüzde 1,2 ile oldukça düşük kalmıştır. Bu sonuç erkeklerin, yerel medyanın sorunlarının tartışılması için oluşturulabilecek platformlara kısmen daha sıcak baktığının göstergesidir (bkz. Ek 1, Tablo 11).

Çalışmada yanıtı aranan sorulardan birisi de reklâmın haberciliğe etkisine yöneliktir. Bu anlamda deneklere yöneltilen, “reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir” yargısını kesinlikle destekleyen erkek katılımcıların oranı yüzde 69, ifadeye katıldıklarını belirtenlerin oranı yüzde 21,4 ve ifadeyi desteklemediklerini belirtenlerin oranı ise yüzde 6’dır. Kadın deneklere bakıldığında ise, ifadeye kesin olarak destek verdiklerini belirtenler yüzde 62,5 ile birinci sırada yer alırken, katıldıklarını belirtenler yüzde 18,8 olarak tabloya yansımaktadır. Tabloya yansıyan sonuçlar arasında en dikkat çeken kadın kararsızların oranıdır. Kadın deneklerin yüzde 12,5’i reklâmın haber içeriğine olumsuz etki edip etmediği konusunda kararsız olduğunu belirtmiştir. Buna göre, erkek katılımcıların kadınlara oranla daha kısmen daha kararlı ve olumsuz görüşe sahip oldukları görülmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 12).

Medyada etik standartların yükseltilmesi için gerekli görülen geri bildirimlerin medya yapılanmalarına ilkesel anlamda katkı sağlayıp sağlamayacağı yönündeki soruya verilen yanıtlar cinsiyete ciddi farklılık oluşturmamaktadır. Kadın deneklerin yüzde 62,5’i, erkek deneklerin ise yüzde 60,7’si geri bildirimler konusunda iyimserdir. Ayrıca kadınlar geri bildirimler konusunda olumsuz görüş bildirmezken, erkek katılımcıların yalnızca 3,7’lik bir bölümü etik standartların yükseltilmesinde geri bildirimlerin işlevsiz olduğunu düşünmektedir. Kararsızların oranı da kadın ve erkek katılımcılar için düşük seviyelerde kalmaktadır. Buna göre,

medya çalışanlarının cinsiyetleri geri bildirimler konusunda farklılık ortaya koymamaktadır (bkz. Ek 1, Tablo 13).

Medya yapılanmalarını yasalar ve özdenetim mekanizmaları denetim altında tutmaktadır. Özdenetim mekanizmalarının kurumsal boyuttaki örneklerinden birisi de kurumun kendisi tarafından belirlenen ilkelerdir. Deneklere bu anlamda yöneltilen “bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeler bulunmalıdır” yargısına verilen cevaplar incelendiğinde; kadın deneklerin ifadeye yüzde 75 ile erkeklerin ise yüzde 69 ile katıldığını ortaya koymaktadır. Bu sonuca göre de kadın ve erkek medya çalışanlarının kurumsal etik ilkeler konusunda oldukça olumlu baktıkları söylenebilir. Burada dikkat çeken tek nokta, erkek deneklerin çok küçük bölümünün kararsız ve yine bir o kadarının da olumsuz düşünce içerisinde olduklarıdır (bkz. Ek 1, Tablo 14).

Yerel düzeyde Basın Konseyi ya da benzeri bir yapılanmanın gerekli olup olmadığına ilişkin soruya verilen yanıtlarda da farklılık gözlemlenmemektedir (bkz. Ek 1, Tablo 15). Buna göre, hem kadın deneklerin hem de erkek deneklerin ifadeyi büyük ölçüde destekledikleri söylenebilir. Bu ifadenin destek bulması, tıpkı yerel düzeyde medyayı tartışacak toplantılara ilişkin yargıda olduğu gibi bir eksikliğin bulunduğu ve çalışanların bu doğrultuda görüşlerini şekillendirdiği ortadadır.

Medya kuruluşları için önem taşıyan baskı sayısı, izlenme gibi ölçülerin de zaman zaman etik ihlallere ve suiistimallere yol açtığı bilinmektedir. Bu doğrultuda yerel medya çalışanlarına yöneltilen, “baskı sayısı, izlenme, takip edilme vs. gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir” ifadesine verilen yanıtlar incelendiğinde kadın ve erkek çalışanlar arasında ciddi bir farklılaşma bulunmadığı görülmektedir. Kadın deneklerin yüzde 87,6’sı ifadeye destek verdiğini belirtirken, erkeklerde bu oran yüzde 91,7’ye ulaşmaktadır. Kadınlarda kararsızların oranı kısmen daha yüksek görünse de ortaya çıkan sonuç, baskı sayısı ve izlenme oranı gibi kaygıların yayın içeriklerini olumsuz etkilediğini net biçimde ortaya koymaktadır (bkz. Ek 1, Tablo 16).

Basın Konseyi’ne ilişkin yöneltilen yargılardan bir diğeri ise konsey üyelerinin yaptırım gücüne ilişkindir. Ortaya çıkan sonuçlar, cinsiyet anlamında

farklılık ortaya koymasa da konseyde görev alanların yaptırım gücüne sahip olmaları yönünde güçlü bir mesaj çıkmaktadır. Buna göre kadınların yüzde 87,6'sı “basın konseyinde görev alanların yaptırım gücü olmalı” derken, bu görüşe destek verdiğini belirten erkeklerin oranı yüzde 84,5'i bulmaktadır. Erkek katılımcıların yüzde 10'dan biraz fazlasının Basın Konseyi üyelerinin yaptırım gücüne sahip olmalarına karşı çıkması da dikkat çeken bir diğer sonuçtur (bkz. Ek 1, Tablo 17).

“Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir” ifadesine yönelik yanıtların da cinsiyete göre ciddi bir farklılık gösterdiği söylenemez. Ancak tabloda dikkat çeken nokta (bkz. Ek 1, Tablo 18), kadın denekler arasındaki kararsızların oranıdır. Bu oran erkeklerde yüzde 10 seviyelerinde iken, kadınlarda yüzde 20'ye ulaşmaktadır. Buna göre erkeklerin düşüncelerini şekillendirmede kadınlardan kısmen daha kararlı oldukları ve bireysel anlamda ekonomik durumun etik ihlallere yol açtığı konusunda daha net bir bakışa sahip oldukları söylenebilir.

Medya kuruluşlarının haksız çıkar ve amaçlara alet edilip edilmediği en çok sorulan sorulardan birisidir. Bu soruya verilen yanıtların cinsiyete göre kısmen farklılık gösterdiği görülmektedir. Kadın ve erkek medya çalışanlarının medya kuruluşlarının haksız çıkar ve amaçlara alet edilip edilmediğine yönelik düşünceleri benzer yönde yani karamsar olsa da erkek deneklerin yarıdan fazlası ifadeye kesin olarak destek vermektedir. Bu oran kadınlarda yüzde 37,5 seviyesinde kalmıştır. Tabloda ayrıca (bkz. Ek 1, Tablo 19) az sayıda karamsar da dikkat çekmektedir.

3.2.5.2. Yaşa Göre Dağılım

Bu bölümde deneklerin medyada etik standartları belirleyen unsurlardan en çok önem verdiği 10 maddenin yaşa göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Buna göre deneklerin en fazla önem verdiği belirlenen gazetecilik eğitimi konusunda ciddi farklılaşmaların yaşandığı görülmektedir. Medya çalışanlarının gazetecilik eğitimi alması gerektiği yönündeki en ciddi yoğunlaşma 18-25 yaş aralığındadır. Bu yaş grubundaki katılımcıların yüzde 74,4'ü ifadeyi desteklerken, 26-35 yaş aralığında bu oran yüzde 63,9'a, 36-45 yaş aralığında ise yüzde 50'ye düşmektedir. Burada ilginç olan orta yaş grubundan ileri yaş grubuna geçişte oranın yeniden yükseliyor

olmasıdır. 57 yaş ve üzerindeki deneklerin tamamının gazetecilik eğitiminin gerekliliğine inandığını belirtmesi de dikkat çekici sonuçlardan biridir. Buna göre gençlerin görece eğitilmiş oldukları gerçeğinden hareketle, gazetecilik eğitimine önem verdikleri söylenebilir. Sisteme kanalize olmuş orta yaş grubundakiler bu görüşe kısmen sıcak bakmadıkları ancak ilerleyen yaşın eğitimin önemini yeniden ortaya çıkardığı açık bir şekilde ifade edilebilir (bkz. Ek 1, Tablo 20).

Katılımcılara yerel medyanın toplantılar aracılığıyla tartışılmasına yönelik yöneltilen yargıya verilen yanıtlar ek tablo 20'ye benzer nitelik göstermektedir. Buna göre ifadeyi destekleyenlerin oranının medya çalışanlarının yaş düzeylere bağlı olarak azaldığı söylenebilir. Tabloda dikkat çeken nokta (bkz. Ek 1, Tablo 21) kararsızların oranıdır. Yerel medyanın toplantılar aracılığıyla tartışılması yönündeki yargıya kararsız kalanların oranı orta yaş grubunda yüzde 40 seviyelerine kadar ulaşmaktadır. Genç deneklerin yüzde 16'sı kararsızken, 56 yaş ve üzerindeki deneklerin tamamı görüşü desteklemektedir.

Reklam kaygısının haber içeriklerine etkisine irdeleyen yargıya bakıldığında en karamsar grubun yüzde 100 ile 46-55 yaş grubu olduğu görülmektedir. Buna karşın 26-35 yaş grubundaki deneklerin ifadeye katılım oranı yüzde 91,7 olmasına rağmen, ifadeyi kesin biçimde destekleyenlerin 46-55 yaş grubundakilerden fazla olması dikkat çekicidir. Bununla beraber 56 yaş ve üzerindeki katılımcılar reklâm ve medyaya etkisi konusunda ikiyi bölünmüştür. 36-45 yaş grubundaki deneklerin yüzde 8 civarındaki bölümü ise reklâmın etik ihlallere neden olduğu yönündeki görüşe sıcak bakmadığını ifade etmiştir. Buna göre her yaş grubunda eğilimin büyük ölçüde aynı olduğu söylenebilir (bkz. Ek 1, Tablo 22).

Geri bildirimlerin etik standartların yükseltilmesine etkisine yönelik yargıya verilen yanıtlar incelendiğinde, 18-25, 26-35 ve 36-45 yaş aralığındaki deneklerin büyük oranda benzer yönde görüş bildirdikleri yani geri bildirimlerin olumlu etkisi olacağı düşüncesine sıcak baktığı görülmektedir. Bu oran 56-55 yaş ve 56 yaş ve üzeridekilerde kısmen düşüş gösterdiği ve 46-55 yaş grubundaki kararsızların yüzde 43 seviyelerine ulaştığı dikkat çekicidir. İfadeyi desteklemediğini belirtenlerin oranı yalnızca yüzde 8 civarında kalmış ve bu oranı oluşturanlar ise 26-35 yaş aralığında

tespit edilmiştir. Buna göre geri bildirimlere yönelik eğilimin genel anlamda benzer yönde seyretmesine rağmen ileri yaş grubunun halktan gelecek olumlu ya da olumsuz tepkilerin, medya etiğine katkı sağlayacağı yönündeki görüşe sıcak bakmadığı söylenebilir (bkz. Ek 1, Tablo 23).

Basın kuruluşlarının özdenetim mekanizmalarının işletilmesi açısından kendi yayın ilkelerine göre de hareket etmesi etik standartların yakalanması açısından önemlidir. Bu nedenle deneklere yöneltilen “bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır” yargısına verilen yanıtlar dikkat çekicidir. 26-35, 36-45 ve 56 yaş ve üzerindeki katılımcılar tabloda (bkz. Ek 1, Tablo 24) en büyük desteği veren gruplar olarak görülmektedir. Bununla birlikte genç medya çalışanları ile ileri yaş grubundakilerin öz-etik ilkeler konusunda ayrıldıkları görülmektedir. Bununla birlikte 46-55 yaş grubundakilerin yüzde 14,3’ü kurumların belirlediği etik ilkelerin gerekliliği konusunda karamsar oldukları tabloya yansımaktadır.

Yerel düzeyde Basın Konseyi ya da benzeri bir yapılanmanın gerekli olup olmadığı yönündeki deneklerin görüşlerine bakıldığında ciddi bir ayrışma yaşandığı görülmektedir. Buna göre, genç deneklerin ileri yaş grubundakilere oranla yerel nitelikte Basın Konseyi fikrine sıcak baktıkları açıktır. Tabloya bakıldığında (bkz. Ek 1, Tablo 25), medya çalışanlarının yaş düzeyleri yükseldikçe bu görüşe sıcak baktığını ifade edenlerin oranı bariz biçimde düşmektedir. 18-25 yaş grubu yüzde 72,1, 26-35 yaş ve 36-45 yaş grupları yüzde 58,3, 46-55 yaş aralığındaki denekler ise yüzde 42,9 ile yerel Basın Konseyi fikrine sıcak bakmaktadır. Buna karşın, 56 yaş ve üzerindeki deneklerin de bu fikre bütünüyle sıcak baktığı görülmektedir.

Baskı sayısı, izlenme ve takip edilme gibi kaygılarla medya kuruluşlarının haber içeriklerini magazinleştirip magazinleştirmedikleri yönündeki ifadeye katıldığını belirtenlerin oranı her yaş grubu için benzerlik göstermektedir. Deneklerin büyük bölümü, medya kuruluşlarının bu tip kaygılarla hareket ettiğini düşünmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 26).

Etik ilkelerin denetimi konusunda yetki sahibi olan Basın Konseyi’nde görev alanların yaptırım gücüne yönelik yargıya ilişkin düşünceler de çoğunlukla

benzer yöndedir. Yani katılımcılar her yaş grubuna göre konsey üyelerinin yaptırım gücü bulunması gerektiği yönünde görüş bildirmiştir. Tabloda dikkat çeken tek farklılık 46-55 yaş grubudur. Bu grupta bulunanlardan ifadeye kesinlikle katıldığını belirtenler yüzde 28,6'ya kadar gerilemiştir. Ayrıca kararsızların ve ifadeye katılmadığını belirtenlerin de oranı dikkat çekici seviyelerdedir. Bu durum, deneyimli çalışanların devlet tarafından çıkarılmamış yasalara veya yaptırım araçlarına güven duymadığını ortaya koymaktadır (bkz. Ek 1, Tablo 27).

Çalışmada elde edilen dikkat çekici sonuçlardan birisi de medya çalışanlarının gelir durumlarının etik kurallara etkisine yönelik cevaplar olmuştur. Katılımcılar yaş gruplarına göre incelendiğinde, gelir seviyesinin düşük olmasının habercilik ahlakına etki edebileceğini belirtenlerin oranının genç yaş grubundakilerde oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, bu görüşü paylaşanların oranı 46-55 yaş grubundakilerde yarı yarıya düşmüştür. 56 yaş ve üzerindeki ise bir kısmı kararsız kalırken, geri kalan kısmı da ifadeyi yanıtızsız bırakmıştır. Bu sonuç, mesleğin alt kademelerindeki medya çalışanlarının verdiği yanıtların gelirleri ile doğru orantılı olduğunu, ileri yaş grubundakilerin ise daha korumacı yaklaşıtları söylenebilir (bkz. Ek 1, Tablo 28).

Basın yayın kuruluşlarının haksız çıkar ve amaçlara alet edilip edilmediğini ölçen yargı incelendiğinde, deneklerin verdiği yanıtların yaş dağılımlarına göre ciddi farklılıklar ortaya koymadığı gözlemlenmektedir. Bu maddeyle ilgili dikkat çeken en önemli sonuç, 36-45 yaş aralığındaki deneklerin yüzde 24'ünün ifadeye katılmamasıdır. İfadeye katıldığını belirtenlerin bu yaş grubunda oranı ise yüzde 66 seviyelerindedir (bkz. Ek 1, Tablo 29).

3.2.5.3. Eğitim Düzeyine Göre Dağılım

Bu bölümde son olarak deneklerin eğitim düzeylerine göre medyada etik standartlara ilişkin görüşleri karşılaştırılacaktır.

Medya kuruluşlarında çalışanların gazetecilik eğitimi almasının gerekli olup olmadığı yönündeki yargıya eğitim düzeylerine göre farklı cevaplar verildiği görülmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 30). İlköğretim seviyesindekilerin tamamının görüşü

desteklemelerine rağmen bu oran ortaöğretim seviyesinde az da olsa düşmüş ve kesinlikle katıldığını belirtenler yüzde 38,5 olarak tabloya yansımıştır. Lisans düzeyinde ifadeyi kesin olarak desteklediğini belirtenler yüzde 82 seviyelerindeyken, yüksek lisans düzeyindeki katılımcılarda yüzde 63,6'ya gerilemiştir. Lisansüstü eğitim alanların gazetecilik eğitime yönelik düşüncelerinin olumsuz doğru eğilim göstermesi dikkat çekicidir. Bu sonuç, uzmanlık eğitiminin kalitesine yönelik tartışmalara açıkça gönderme yapmaktadır.

“Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir” yargısına verilen yanıtlar incelendiğinde, deneklerin eğitim düzeylerine göre ciddi bir farklılığın oluşmadığı görülmektedir. Her eğitim düzeyindeki yerel medya çalışanı bu türden toplantılara sıcak bakmaktadır. Tabloda farklılık oluşturan tek sonuç, yüksek lisans seviyesindeki katılımcılardan yüzde 9,1’lik diliminin ifadeye kesinlikle katılmadığı yönündeki görüşüdür (bkz. Ek 1, Tablo 31). Bu oranın yanı sıra ifadeye kesin olarak en fazla destek veren grubun da lisans düzeyindeki katılımcılar olması dikkat çekicidir.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ile reklâm kaygısının habercilik anlayışına etkisi incelendiğinde; tüm yaş gruplarındaki deneklerin benzer yönde görüş bildirdiği görülmektedir. Yani katılımcılar medya kuruluşlarının en önemli gelir kaynağı olan reklâmın etik ihlallere yol açtığı görüşünde birleşmiştir (bkz. Ek 1, Tablo 32). Bu sonuç, reklâmın sorunlu bir alan olduğu konusundaki algıyı güçlendirmektedir. Katılımcıları benzer biçimde aynı yönde görüş bildirmeye yönelten bir diğer madde de geri bildirimler konusudur. Halkın yayınlara yönelik olumlu ya da olumsuz tepkilerinin dikkate alındığı ölçüde etik ilkelerin korunabileceği görüşündeki denekler tüm yaş grupları için aynı düzeyde dağılım göstermektedir. Tablo incelendiğinde (bkz. Ek 1, Tablo 33); ifadeye destek verenlerin oranı oldukça yüksek olmakla birlikte, ortaöğretim seviyesindeki deneklerin yüzde 15 civarındaki bir bölümü kararsızken, yüzde 7,7’si olumsuz görüş bildirmiştir.

“Bir basın organının kendisi tarafından belirlenmiş etik ilkeleri bulunmalıdır” ifadesine verilen yanıtların eğitim düzeyine göre farklılaşp farklılaşmadığı ek 1 tablo 34’te verilmiştir. Tabloya göre, ifadenin eğitim düzeyine

göre yukarıdaki maddelerle benzerlik gösterdiği görülmektedir. İlköğretimden doktora kadar incelendiğinde, basın kuruluşlarının kendi ilkelerine göre hareket etmesi gerekliliği görüşü ağırlık kazanmaktadır. Ortaöğretim seviyesinde kararsızların oranı kısmen yükselse de, bu farklılık diğer eğitim seviyesindeki deneklerde görülmemektedir. Buna göre, etik ilkelerin kurumsal kimlik taşıması yönünde görüş bildirenlerin de eğitim açısından herhangi bir farklılığa yol açmadığı açıktır. Aynı şekilde yerel düzeyde Basın Konseyi ya da benzeri bir yapılanmanın gerekli olup olmadığı yönündeki betimleyici yargıya yönelik yanıtlar da olumludur. Bu maddeye verilen yanıtlar incelendiğinde de tek farklılığın ortaöğretim seviyesinde görüldüğü anlaşılmaktadır (bkz. Ek 1, Tablo 35).

Baskı sayısı ve izlenme gibi medya kuruluşlarının en çok önem verdiği belirleyenler konusunda deneklere yöneltilen yargıya verilen yanıtlar ek 1 tablo 36'da verilmiştir. Buna göre, ilköğretim düzeyindeki katılımcıların tamamı ifadeye katıldığını belirtirken, ortaöğretim seviyesindekilerin yüzde 53,8'i, lisans seviyesindekilerin yüzde 49,2'si ve yüksek lisans seviyesindekilerin yüzde 36,4'ü kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Olumsuz görüş bildirenlerin oranı yüksek lisans seviyesinde yalnızca yüzde 9,1 olarak tespit edilmiştir (bkz. Ek 1, Tablo 36). Aynı şekilde yüksek lisans düzeyindeki denekler, Basın Konseyi üyelerinin yaptırım gücüne sahip olup olmamaları yönündeki soruda da yüzde 18,2 oranında olumsuz görüş bildirdikleri tespit edilmiştir. Lisans seviyesinde bu oran yüzde 4,9'a düşmektedir. Bu sonuca göre kısmen yüksek lisans dışındaki katılımcıların Basın Konseyi üyelerinin etkisinin arttırılması yönünde olumlu görüş bildirdikleri söylenebilir (bkz. Ek 1, Tablo 37).

Ek 1 tablo 38 incelendiğinde en dikkat çeken sonuç ortaöğretimde görülmektedir. Yani gelir düzeyinin etik ihlallere yol açıp açmadığını yönelik yargıya genel olarak denekler “etik ihlallere yol açabilmektedir” yanıtı verirken, ortaöğretim seviyesindeki katılımcıların yüzde 19,2'si kararsız kalmıştır. Bu durum ileri yaş grubundakilerin eğitim seviyelerinin daha düşük olduğu dikkate alındığında şaşırtıcı değildir. Bulduğu kurumda üst kademelerde yer alan medya çalışanları

diğer bazı maddelerde olduğu gibi bu madde için de korumacı bir yaklaşım geliştirmiştir.

Son olarak eğitim durumuna göre “basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir” yargısına verilen yanıtlar incelendiğinde, eğitim düzeylerindeki farklılıkların yargıya yönelik farklılığa dönüşmediği görölmektedir (bkz. Ek 1, Tablo 39). Tablo incelendiğinde, deneklerin ifadeye verdiklerin desteğin ağırlığı değişse de, denekler büyük ölçüde medyanın haksız çıkar ve amaçlara alet edildiği görüşünde birleşmiştir.

3.2.6. Deneklerin İletişim Eğitimi, Özdenetim Uygulamaları ve Kurum İçi Düzenlemelere Yönelik Görüşleri

Tablo 19 incelendiğinde, ankete katılan deneklerin yarıdan fazlasının hayatı boyunca gazetecilik eğitimi almadığı görölmektedir. Bu durum iletişim eğitimi veren okulların son dönemde büyük artış göstermesine rağmen, gerek üst kademedeki görev alan medya çalışanlarının eğitim durumları ve gerekse işsiz ancak iletişim eğitimi almamış gençliğin belli bölümünün zoraki olarak mesleğe atıldıklarının açık göstergesidir. Aynı tabloda yer alan bir diğer ifade olan “gazetecilik eğitimimin yeterli olduğunu düşünüyorum” yargısına verilen yanıtların da üstünde durmaya değer olduğu görölmektedir. Katılımcıların yüzde 70’inin gazetecilik eğitimi almasına rağmen, bunun yeterli olmadığı yönünde görüş bildirmesi, iletişim (gazetecilik) eğitimi veren kurumların ciddi biçimde sorgulanması gerekliliğini göstermektedir.

İletişim alanında uzmanlaşmak amacıyla verilen yüksek lisans ve doktora eğitimlerinin de sektöre katkı sağlayacağı yönündeki görüş, deneklerin her şeye rağmen eğitime önem atfettiklerinin göstergesi olarak yorumlanabilir. Ayrıca deneklerin yüzde 40’a yakınının (ki medya çalışanlarının gündemi, medyayı, yasal düzenlemeleri ve özdenetim mekanizmalarını sürekli takip etmesi gerektiği varsayılır) medya etiği ile ilgili daha önce hiçbir yayın okumamış olması da düşündürücüdür. Bu bölümde elde edilen oldukça düşündürücü bir diğer sonuç, yerel medya çalışanlarının yine çok büyük bir bölümünün buldukları kentte medyaya ilişkin birlik ya da sendikal yapılanma bulunmadığı yönündeki görüşleridir. İfadeye

hayır yanıtı verenlerin Gazeteciler Cemiyeti'nden haberdar olmaması son derece şaşırtıcıdır. Şayet denekler Gazeteciler Cemiyeti'ni adı nedeniyle birlik ya da sendikal yapılanma olarak değerlendirmemişse bu durum çok daha vahimdir.

Tablo 19. Deneklerin Etik Standartlara Yönelik Görüşlerini İçeren Tablo

İfadeler	Evvel	Hayır	Cevapsız
	%	%	%
Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım	44	54	2
Gazetecilik eğitimimin yeterli olduğunu düşünüyorum	28	70	2
Yüksek lisans ve Doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum	76	21	3
Medya etiğine yönelik daha önce hazırlanmış bir çalışma okudum	61	39	0
Bulduğum ilde medya kuruluşlarına yönelik birlik ya da sendikal yapılanma bulunmaktadır	58	40	2
Kurumum yayınlanan haberlerin geri bildirimini düzenli olarak kayıt altına almaktadır	53	44	3
Kurumumca belirlenmiş etik ilkeler bulunmaktadır	70	29	1
Çalıştığım kurumda Ombudsman (okur temsilcisi, izleyicisi) bulunmaktadır	73	23	1
Kurumumda yazılı olarak belirlenmiş "yayın ilkeleri" bulunmaktadır	58	41	1
Kurumumda aktif olarak kullanılan geri bildirim mesaj kutusu veya benzeri bir araç bulunmaktadır	31	65	4

Bu bölümde yöneltilen bir diğer ifade "kurumum yayınlanan haberlerin geri bildirimini düzenli olarak kayıt altına almaktadır" yargısıdır. Denekler burada da ikiye bölünmüştür. Kurum işleyişinin düzenliliği, eleştirilerin dikkate alınması ve gerekli düzeltmelerin yapılması açısından geri bildirimlerin önemli olduğu ortadadır. Bu nedenle deneklerin yarıya yakınının bu yargıya da olumsuz cevap vermesi yerel medya açısından olumsuz olarak nitelenebilir.

Katılımcılardan kurumları tarafından belirlenmiş etik ilkelerin bulunduğunu ifade edenler yüzde 70'ken, yayın ilkelerinin yazıya dökülmüş halde bulunduğunu belirtenlerin oranı yüzde 58'e gerilemektedir. Yine aynı şekilde geri bildirimlerin düzenli olarak kayıt altına alındığını söyleyenler yüzde 53'ken, aktif bir mesaj kutusu bulunduğunu belirtenlerin oranı düşmektedir. Bu bölümde dikkat çeken sonuçlardan bir diğeri de yerel düzeyde okur ya da izleyici temsilcisi bulunup bulunmadığı sorusuna verilen yanıtlardır. Deneklerin yarıya yakınının buldukları ilde birlik ya

da sendikal yapılanma bulunmadığını ifade etmelerine rağmen, yüzde 73 gibi büyük bir oranda kurumlarında okur temsilcisi-izleyicisi bulunduğunu ifade etmesi çelişkili olarak değerlendirilebilir.

Tablo 20. Deneklerin Etik standartlara Yönelik Görüşlerini İçeren Betimleyici İstatistikler

İfadeler	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Kurumumda aktif olarak kullanılan geri bildirim mesaj kutusu veya benzeri bir araç bulunmaktadır	100	1	2	1,61	,56
Kurumum yayınlanan haberlerin geri bildirimini düzenli olarak kayıt altına almaktadır	100	1	2	1,41	,55
Çalıştığım kurumda Ombudsman (okur temsilcisi, izleyicisi) bulunmaktadır	100	1	2	1,69	,54
Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım	100	1	2	1,52	,54
Bulduğum ilde medya çalışanlarına yönelik birlik ya da sendikal yapılanma bulunmaktadır	100	1	2	1,38	,52
Kurumumda yazılı olarak belirlenmiş "yayın ilkeleri" bulunmaktadır	100	1	2	1,40	,51
Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum	100	1	2	1,68	,51
Medya etiğine yönelik daha önce hazırlanmış bir çalışma okudum	100	1	2	1,39	,49
Kurumumca belirlenmiş etik ilkeler bulunmaktadır	100	1	2	1,28	,47
Yüksek lisans ve Doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum	100	1	2	1,18	,45

3.2.6.1. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri ve Çalıştıkları Kurumlara Göre Gazetecilik Eğitime Bakışı

Ankete katılan deneklerin eğitim düzeylerine göre gazetecilik (iletişim) eğitimi alıp almadıklarına ilişkin verilen ek 1 tablo 40'ta verilmiştir. Tabloya göre medya çalışanlarının eğitim düzeyleri farklılaştıkça gazetecilik eğitimi ile ilgili durumları açıkça farklılaşmaktadır. İlköğretim seviyesindeki katılımcıların tamamı doğal olarak gazetecilik eğitimi almadığını belirtirken, ortaöğretim seviyesindekilerin yalnızca yüzde 7,7'si gazetecilik eğitimi aldığını belirtmiştir. Küçük de olsa bu oranın sebebi iletişim meslek liseleri olarak değerlendirilebilir. Buna karşın gazetecilik eğitimi alanların oranı lisans seviyesinde yarı yarıyadır. Yüksek lisans düzeyindeki yerel medya çalışanlarının yanıtlarına bakıldığında oranın yüzde 90'lar seviyesine yükseldiği görülmektedir. Sonuçlar beklentiler seviyesinde olmakla beraber, üniversite seviyesindeki medya çalışanlarının yarıya yakınının hayatı boyunca gazetecilik eğitimi almamış olması dikkat çekicidir.

Katılımcılara mesleki eğitime ilişkin bir diğer ifade ise “gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum” şeklinde yöneltilmiştir (bkz Ek 1, Tablo 41). Ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında, her eğitim düzeyi için farklı düşüncelerin yansıtıldığı görülmektedir. İlköğretim düzeyindeki katılımcılar gazetecilik eğitimlerinin yeterli olduğunu düşünürken, ortaöğretim seviyesindekiler için aynı durum söz konusu değildir. Lisans seviyesindeki katılımcıların yanıtları incelendiğinde ise sonuçlar çok daha dikkat çekicidir. Lisans seviyesindeki deneklerin yüzde 80,3’ü ilk ve ortaöğretim seviyesindekilerin aksine gazetecilik eğitimlerinin yetersiz olduğu görüşündedir. Bu sonuç eğitilmiş deneklerin genç medya çalışanları olduğu dikkate alındığında, meslekte yeni olmalarının sonucu olarak kendilerini deneyimsiz görmelerine sebep olduğu düşünülebilir.

Katılımcılara gazetecilik eğitimine ilişkin son soru, yüksek lisans ve doktora eğitiminin sektörde çalışanlara ne ölçüde katkı sağladığına yönelik olarak sorulmuştur (bkz. Ek 1, Tablo 42). Ankete katılan ilköğretim seviyesindeki medya çalışanlarının tamamı olumsuz görüş bildirirken, ortaöğretim seviyesindeki katılımcılardan yüzde 76,9’u, lisans seviyesindekilerin ise yüzde 75,4’ü olumlu görüş belirtmiştir. Yüksek lisans seviyesindeki katılımcılardan “evet” yanıtı verenlerin oranı yüzde 80’in üzerinde olmasına rağmen, bu görüşü desteklemeyenlerin oranı yüzde 20’ye yaklaşmaktadır. Yüksek lisans düzeyindeki medya çalışanlarının sektörde arzu ettikleri şartlarda yer bulamamaları bu oranın yüksekliğine sebep olarak yorumlanabilir.

Çalışmanın son bölümünde deneklerin görev aldıkları medya organlarına göre gazetecilik eğitime yönelik görüşleri karşılaştırılmıştır. Bu bölümde ilk olarak “öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım” ifadesine verilen yanıtlar incelenmiştir (bkz. Ek 1, Tablo 43). Tabloya bakıldığında, radyo çalışanlarının yüzde 85,7’si gazetecilik eğitimi almadığını ifade etmiştir. Televizyon çalışanlarında ise gazetecilik eğitimi aldığını belirtenlerin oranı hayli yüksektir. Televizyon çalışanlarının yüzde 60,5’i, gazete çalışanlarının yüzde 36,1’i, dergi çalışanlarının ise yüzde 40’ı hayatının belli döneminde gazetecilik eğitimi aldığını ifade etmiştir. Medya çalışanlarının en az güvenilir olarak değerlendirdiği kitle iletişim aracı olan

internet sitesinde görev alan medya çalışanlarının radyo kadar olmasa da gazetecilik eğitimi konusunda hayli düşük bir oranda kalması dikkat çekicidir. Tablodan da anlaşılacağı üzere profesyonel mesleki eğitim açısından en yetersiz durumda bulunan radyo çalışanlarıdır.

Yerel medya çalışanlarının kurumlarına göre gazetecilik eğitimi açısından kendilerini yeterli görüp görmediklerini tespit etmek amacıyla yöneltilen yargılara verilen cevaplar ek 1 tablo 44'te karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Radyo çalışanlarının verdiği yanıtların burada da dikkat çekici olduğu görülmektedir. Radyoda görev alanların hiçbirisi gazetecilik eğitimi konusunda kendisini yeterli görmemektedir. Kararsızların oranı yüzde 14,3 ve “hayır” yanıtı verenlerin oranı yüzde 85,7 olarak tespit edilmiştir. Dergi çalışanlarına bakıldığında da benzer durum göze çarpmaktadır. Dergide görev alanların yalnızca yüzde 20'si mesleki açıdan kendini yeterli görmektedir. İnternet sitesinde çalışanlardan gazetecilikte yeterli donanımına sahip olduğunu düşünenlerin oranı kısmen yükselse de, yüzde 33,3'lük oran oldukça düşüktür. Televizyon çalışanları için de durum farklı değildir. Televizyonda görev alanların yalnızca yüzde 23,3'ü yargıya “evet” yanıtı verirken, yüzde 74,4'lük dilim “hayır” yanıtı vermiştir. Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünen en büyük grup gazete çalışanlarıdır. Ancak bu grupta yer alanların bile yarıya ulaşamadıkları görülmektedir.

Deneklere yöneltilen “yüksek lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum” ifadesinin medya organlarına göre karşılaştırması sonucu elde edilen verilen bir birine yakın seviyelerdedir (bkz. Ek 1, Tablo 45). Radyo, televizyon ve gazete çalışanlarının lisansüstü eğitime bakışları incelendiğinde, 3 yayın organında çalışanların yüzde 70'ler seviyesinde ifadeye katıldığı görülmektedir. Bu oran internet sitesi çalışanları için yüzde 83,3'e, dergi çalışanları için ise yüzde 100'e ulaşmaktadır. Buna göre, genel olarak medya çalışanlarının lisansüstü eğitime yaklaşımları açısından ciddi bir farklılaşma görülmediği, genel kanının lisansüstü eğitim konusunda olumlu olduğu söylenebilir

SONUÇ VE ÖNERİLER

Normatif Etik; teleolojik, deontolojik ve erdem etiği olarak üç ana grupta incelenmektedir. Deontolojik etiği ilahi emirle bağdaştıran Kant, iyi niyete dayalı ve ödev duygusundan doğan eylemleri sonuçları ne olursa olsun ahlaki eylemler olarak nitelemiştir. Öte yandan pragmatist anlayış da ahlaklı eylemi fayda kıstası ile ölçümülemiştir. Peki, yalnızca iyi niyet ve görev bilinci mutlak ahlaka ulaşmaya yeter mi? Faydacı -ya da Ütilitarist- bakış mutlak ahlaka ulaşmaya imkân sağlıyor mu? Ya da ahlakın temelini eyleme bağlayan varoluşçu ahlak ideal olana ulaşmayı ne kadar yakın? İster gelişmiş, ister az gelişmiş olsun, toplumların ortak sorunu olarak karşımızda durmaktadır ahlak. Üstelik henüz üzerinde uzlaşma bile sağlanamamış genel ahlaki değerler bugünün medya yapılanmalarının rotasını ve pusulasını da titretmektedir. Ahlakın felsefi temelleri ile gazeteci ahlakının dış etkiler karşısındaki değişimi ve dönüşümü arasındaki çelişkiler sorgulana gelmektedir. Demokratik ya da otoriter, hangi rejim olursa olsun devlet kurumları, sermaye ve halk kitleleri arasında kilit noktada bulunan medya büyük çıkmazlar yaşamaktadır. Yalnızca gelişmekte olan değil, gelişimini tamamlamış devletler için de bir sorun halinde bulunan medya, her türlü dışsal yaptırımlara rağmen çözüme ulaşma noktasına gelememiştir.

Medya uzmanlarının veya gazetecilerin sorunu algılama biçimi ile çözüm iradesini ortaya koyabilme yeteneği arasında çelişkiler bulunmaktadır. Bunun sebebi herkesin kabul ettiği genel ve uygulanabilir ilkeler bütünüünün olmayışıdır. Devlet tarafından oluşturulan yasa ve düzenlemeler medya çalışanları üzerinde sürekli olarak tepkisel süreçler doğurmaktadır. Özdenetim mekanizmalarının ise düzgün biçimde işletildiğini söylemek hayli zor görünmektedir. Medya içeriklerine bakıldığında, doğruluk, nesnellik, tarafsızlık ve adalet gibi temel değerlerin hiçe sayıldığını gözlemlemek hiç de zor değil. Bu vurdumduymazlığın sebeplerine ilişkin yaklaşımlardan en kayda değer olanı medyanın özellikle son yüzyılda teknolojiyle birlikte yükselişidir. Diğer taraftan giderek artan enformasyonun oluşturduğu bilgi kirliliği, insanlara ulaşmayı daha zor hale getirmektedir. Yani gerçeklik yerine sansasyonelliğin tercih edilmesi ve ilginçlik ilkesinin giderek etkisini yitirmesi, insan ilgisini yoğunlaştırmanın yolu olarak etik değerlerden uzak arayışlar

yaygınlaşmaktadır. Bu durum sorumlu medya ilkesinin hiçe sayıldığını göstermektedir.

20. yüzyılda teknolojinin hızla gelişim göstermesi kitle iletişim araçlarının her geçen gün daha fazla insana ulaşmasıyla birlikte yeni bir sorun ortaya çıktı. Bu sorunu oluşturanlar siyasi güçlerden başkası değildir. Yani medyanın temel görevi olarak gösterilen enformasyon aktarımı başka amaçlar için kullanıldı – ve halen de kullanmakta- ancak bunu kitle iletişim araçlarının toplumsal iletişimdeki rolü olarak görmek iyi niyetten başka bir anlam ifade etmemektedir.

Tarihsel olarak göze çarpan sorunların yanında özellikle son dönem medya işleyişinde teknolojinin olumlu ve olumsuz etkisi yadsınamaz. Yeni iletişim teknolojileri ve bunların kullanımlarına yönelik değişimler elbette etik standartlara ilişkin yeni yaklaşımları ve düzenlemeleri gerektirebilir. Bu çalışma ortaya koymuştur ki, yaygın ya da yerel düzeyde olsun medya işleyişine yönelik eleştiriler büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi, etik ve ahlaki değerlerin her dönemdeki yansımaları farklılık gösterse bile; devlet, halk ve medya yapılanmaları ortak değerlerin zedelendiği noktada bütüncül zararlar görmektedir. Yani ortak etik sorunlar, ortak etik değerlerin oluşturulması için bir ipucu olabilir.

Çalışmada elde edilen basın özgürlüğü konusundaki karamsar bakış, tıpkı tartışmalı hale gelen objektiflik yerine kullanılan doğruluk ve adalet kavramlarının özdenetim süzgeci olmaksızın ortaya çıkardığı sorunlar gibi yeni çıkmazlara yol açabilir. Yani yerel medya çalışanlarının basının özgürce işlevini yerine getirmediği yönündeki iddiaları, denge unsurunun gözetilmediği ortamlarda bu özgürlüğün kötü amaçlar için kullanılabileceğini akıllardan çıkarmamalıdır. Nitekim çalışmada medyanın haksız çıkar ve amaçlara alet edildiği yönündeki görüş tam da bu konuya işaret etmektedir. Medyanın genel bir açmazı olarak kabul edilen ekonomik bağlantılar meselesi, yerel medyaya da benzer ölçülerde sirayet etmektedir. Bu durum temel görevi bilgilendirme olan medyanın çıkar çatışmalarının merkezi haline gelmesine neden olmaktadır.

Özdenetim mekanizmalarının işletilmesi açısından önemli bir işlev gördüğüne inanılan basın konseyleri veya medya çalışanlarının birliğini sağlayan sendikal yapılanmalar konusu da yerel medya için açmaz niteliğindedir. Yerel medya çalışanlarına yönelik ankete katılanların tamamına yakınının yerelde basın konseyi ya da benzer bir yapıya ihtiyaç duyulduğunu ifade ederken, yine yarıdan fazlasının Konya’da medya çalışanları için sendikal yapılanma ya da birlik bulunmadığı yönündeki görüşleri, mevcut karamsarlığın bir ölçüde her şeyi eleştiren bir bakışın ürünü olduğunu göstermektedir. Medya çalışanlarının –en azından ankete katılanların– yarıdan fazlasının medya çalışanları için oluşturulmuş yapılanmalardan haberdar dahi olmamaları konunun eleştirel bir bakış açısıyla ama biraz da özeleştirel nitelikte ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Ancak her şeye rağmen yerel medya çalışanları, özdenetim için yerel düzeyde önerilebilecek Basın Konseyi gibi araçlara sıcak bakmakta ve önemsemektedir. Bu durum, denetim mekanizmalarının yerel nitelik kazanmalarının yapıya katkı sağlayabileceği görüşünü kuvvetlendirmektedir.

Yine bu çalışma göstermektedir ki, okur-dinleyici temsilcisi kavramına yerel medya oldukça uzaktır. Kitle iletişim çalışmalarında, geri bildirim son derece önemli bir süreci ifade etmektedir. İster yaygın ister yerel olsun, tüm medya yapılanmaları için bu ya da buna benzer bir mekanizmanın kullanılması medya işleyişinin sağlığını doğrudan etkilemektedir. Çalışmaya katılanların yüzde 75’ine yakını görev aldıkları kurumda okur-dinleyici temsilcisi bulunmadığını belirtmiştir. Geri kalan yüzde 25’lik kesimin tam olarak neyi kastettiği ayrı bir tartışma konusu olmakla birlikte, bu oran bile üzerinde durulmaya değerdir. Butik işletmeler gibi işletilen yerel medyanın kurumsallaşma sorunu, yukarıda ifade edilen birçok etkene bağlı olarak gerçekleşmekle birlikte, kurumsal yapıya ulaştığı varsayılan yaygın medya kuruluşlarının içinde bulunduğu etik çıkmazlar medyanın bir diğer tartışma alanını oluşturmaktadır.

Çalışmada elde edilen bir diğer dikkat çekici sonuç, baskı sayısı ve izlenilirlik gibi haberin genetiğine doğrudan etki edebilen kaygıların ve bunun üstüne reklâm kaygısının yerel medya yapılanmaları için de birinci dereceden tehlikeli

görülmesidir. Medyanın sosyo-ekonomik yapısına her şekilde etki edebilen bu türden endişeler, yerel medya için hayati önem taşımaya devam etmektedir.

Yaygın basının küçük birer örneğin oluşturan yerel medyanın işleyişindeki çarpıklıklar çoğu kez benzer gerekçelere dayanmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçlarını bütünsel olarak üst başlıkta toplayan bir anlayış gerekçe olarak doğru ama sonuç olarak yetersiz bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Bu anlamda kimilerine göre tarihsel açıdan yanlış anlaşılan Makyavelci etik anlayışı (bkz. Makyavel ve Siyasal Etik) yeniden gözden geçirilerek yapılacak yeni sorgulamalar belki de alt kademelerdeki medya yapılanmalarına daha hızlı etki edecektir. Böylece yerel medya bir yandan kurumsal kimliğini sağlamlaştırırken, diğer taraftan özdenetim mekanizmalarının işleyişini kolaylaştıracak özveri ile özelde yerel medyaya, genelde ise tüm medya yapılanmalarına kazanım olarak dönecektir.

Yerel medya çalışanları, kurumlarının dış baskılardan uzak olmadığı görüşündedir. Bu sonuç yerel idarecilerin de ulusal boyutta olduğu gibi medyayı kendi aracı gibi kullanma çabasında olduğu gerçeğini bir kez daha gözler önüne sermiştir. Fakat burada dikkat çeken asıl sonuç, yerel medya çalışanlarının ilerleyen yıllar içerisinde çarpık işleyen sisteme dâhil olmaları ve çarkın dişlisi haline gelmeleridir. Yerel medya yapılanmaları içerisinde görev alan ve yönetici grubunda yer alanların bozuk yapının bir parçası haline gelmelerinin yanı sıra mesleğe yeni atılanlar için de bir başka tehlike dikkat çekmektedir. Ekonomik imkânsızlıklar içerisinde kıvranan ve üstelik de haber piyasasının vazgeçilmezi olan muhabirler de görevlerini düzgün biçimde yerine getirmede ikilem yaşamaktadır. Yerel medyanın deneyimli isimleri ekonomik ve siyasi güç odaklarıyla sıkı ilişkiler içerisindeyken, alt kademelerde görev yapan muhabir ve kameramanların sisteme bakışları daha eleştirel bir görünümde. Bu eleştirelilik haber üretim sürecine etki etmektedir. Kimi zaman isteklendirme kaybı yaşayan muhabirler, bazen de sahip oldukları kısıtlı imkânları kendi çıkarları için kullanmak durumunda kalmaktadır.

Bu çalışmayla Türkiye'deki yerel medya yapılanmalarının karakteristik bir örneği olan Konya'nın etik ilkeler açısından içinde bulunduğu durum medya çalışanlarının gözüyle ortaya konmuştur. Çalışmada özellikle gazete, televizyon,

dergi, radyo ve habercilik yapan internet siteleri hedef alınarak tüm yayın organları açısından yaşanan etik sorunlar irdelenmiş ve bu sayede Konya basınının işleyişi açısından genel yargılara ulaşılmıştır. Ancak Türkiye ölçeğinde bakıldığında yerel medyanın etik uygulamaları ve içinde bulunduğu durum konusunda daha net ve açıklayıcı bilgilere ulaşmak için daha geniş bir araştırma yapılması gerekmektedir. Medya etiği yerel medya konularında araştırma yapanların bunu dikkate alarak yapacakları çalışmalar, yerel medya açısından daha genel ve açıklayıcı bilgilere ulaşmayı sağlayacaktır. Dolayısıyla yaygın medyanın gölgesinde var olma mücadelesi veren yerel medyanın kronik sorunlarına yönelik çözüm önerileri orta ve uzun vadede yerel medya kuruluşlarının yayın kalitesini yukarılara taşıyacaktır.

KAYNAKÇA

- ABEL, Olivier, Mardin, Şerif (1995). *Avrupa'da Etik, Din ve Laiklik*. Çevirenler: Sosi Dalanoğlu, Serra Yılmaz. Metis Yayınları, İstanbul.
- AKARSU, Bedia, (1982). *Ahlak Öğretileri*. Remzi Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- AKIN, Mustafa, (2002). "*Altın Makas*" RTÜK, Ecem Matbaacılık, İstanbul.
- AKINER, Nurdan, (2007). *Medya, Etik ve Günümüz Koşullarına Çözüm Önerileri*, Editörler: M. Bilal Arık, Mustafa Şeker, *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*. Tablet Yayınları, Konya, 215-229.
- ALEMDAR, Korkmaz, (2001). *İletişim ve Tarih*, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- ALEMDAR, Zeynep, (1990). *Oyunun Kuralı "Basında Özdenetim"*, Bilgi Yayınevi, Ankara.
- ALEXİS, Bertrand, (1999). *Ahlak Felsefesi*, Çeviren: Salih Zeki, Seba Yayınları, Ankara.
- ALMAGOR, Raphael Cohen, (2002). *İfade Medya ve Etik*, Çeviren: S. Nihat Şad, Phoenix Yayınevi, Ankara.
- ALTUN, Abdülrezak, (1995). *Türkiye'de Gazetecilik ve Gazeteciler*, ÇGD Yayınları, Ankara.
- ALTUNIŞIK Remzi vd. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- ALVER, Füsün (2007). *Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri*, Beta Yayınları, İstanbul.
- ANA BRİTANİCA, (1986, 1987, 1988). 8. Cilt. Ana Yayıncılık, İstanbul.
- ARABACI, Caner, Ayhan, Bünyamin, Demirsoy, Âdem, Aydın, Hakan, (2009). *Konya Basın Tarihi*, Palet Yayınları, Konya.
- ARABACI, Caner (2002). *Vilayet Matbaaları ve Konya Vilayet Matbaası*, Selçuk İletişim Dergisi, cilt 2, sayı 2, s117-123.
- ARAT, Necla, (1996). *Etik ve Estetik Değerle*, Telos Yayıncılık, İstanbul.

- ARİSTOTELES, (1999). *Eudemos'a Etik*. Çeviren: Saffet Babür, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- ATABEK, Nejdet, (2006). *Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltmesinde Okur Temsilcisinin Rolü*, Selçuk İletişim Dergisi, cilt 4, sayı 2, 5 – 17.
- AYHAN, Bünyamin (2009). *Atatürk ve Basın*, Palet Yayınları, Konya.
- AYHAN, Bünyamin, DEMİRSOY, Âdem (2005). *1960'tan Günümüze Konya'da Yerel Gazetecilik*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 14, s131–155.
- AYHAN, Bünyamin (2007). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Online Gazetecilik*, Editörler: M. Bilal Arık, Mustafa Şeker, *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*. Tablet Yayınları, Konya, 277–320.
- AZİZ, Aysel (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*, İlad Yayınları, Ankara.
- BALKAN, Mustafa (2006). *Konya'da Sivil Hayat*, Türkevi Yayınları, Konya.
- BASIN YAYIN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (1977). *Anadolu Basını Semineri*, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- BAŞBAKANLIK BASIN VE YAYIN ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, (1985). *Anadolu Basını*, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- BERTRAND, Jean Claude (2004). *Medya Etiği*, Özkan Matbaacılık, Ankara.
- BODUR, Feyyaz (1997). *Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- BÜLBÜL, A Rıdvan (2000). *İletişim ve Etik*, İletişim Yayınları, Konya.
- BÜLBÜL, A Rıdvan (2000). *Genel Gazetecilik*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener vd. (2009). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara.
- CERECİ, Sedat (2007). *Medya Etiği*, Metropol Yayınları, İstanbul.
- CEVİZCİ, Ahmet (2003). *Felsefe Terimleri Sözlüğü*, Paradigma Yayınları, İstanbul.

- CHANGEUX, Jean Pierre (2002). *Etiğin Doğal Temelleri*, Çeviren: Nermin Acar, Ufuk Matbaası, İstanbul.
- ÇAPLI, Bülent, (2002). *Medya ve Etik*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- ÇEBİ, Murat Sadullah (1996). *Medyada Haber Seçiminin Teorik Boyutları*, Bilig.
- DEMİR, Vedat (2007). *Medya Etiği*, Beta Basım Yayım.
- DURKHEİM, Emile, (1949). *Meslek Ahlakı*, Çeviren: Mehmet Karasan, Milli Eğitim Basımevi, Ankara.
- DUYSAK, Esat, (5 Ocak 2010), *Sun TV'nin Yapısı ve İşleyişi Konulu Görüşme*, Konya, saat.13.15.
- EDGAR, Andrew (1998). *Nesnellik, Yanlılık ve Hakikat*, Der: Ruth Chadwick, Andrew Belsey, *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Çeviren: N. Türkoğlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, s141–155.
- ER, Turgut (2003). *Türkiye'de Basın Yayın ve Tanıtma*, Ümit Yayıncılık ve Matbaacılık, Ankara.
- ERDEM, Hüsamettin (2003). *Ahlak Felsefesi*, Hü-er Yayınları, Konya.
- ERDOĞAN, İrfan ve Alemdar Korkmaz (1990). *İletişim ve Toplum*, Bilgi Yayınevi, İstanbul.
- ERGÜN, Mustafa (1995). *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları*, Ocak Yayınları, Ankara.
- EVERS, Huub (2010). *Medya Etiği*, Editörler: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Fersa Matbaacılık, Ankara, s45-59.
- GEZGİN, Suat (2007). *Türkiye'de Yerel Basın*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- GİRGİN, Atilla (1997). *Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi*, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, İstanbul.
- GİRGİN, Atilla (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İnkılâp Yayınları, İstanbul.

- GİRGİN, Atilla (2001). *Yerel Gazetecilik*, İnkılâp Yayınevi, İstanbul.
- GÜÇLÜ, Ufuk (7 Ocak 2010) *Konya TV'nin Yapısı ve İşleyişi Konulu Görüşme*, Konya, saat: 11.15.
- GÜRKAN, Nilgün (1998). *Türkiye'de Demokrasiye Geçişte Basın, İletişim Yayınları*, İstanbul.
- GÜZ, Nurettin (2000). *Osmanlı Basını*, Selçuk İletişim Dergisi, cilt 1, sayı 3, s40–57.
- HATEMİ, Hüseyin (1976). *Basın Ahlakı*, Çığır Yayınları, İstanbul.
- HERMAN, Edward S, Chomsky N. (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*, Çevirenler: Berfu Akyoldaş, Tamara Han, Metin Çetin, İsmail Kaplan, Minevra Yayınları, İstanbul.
- İNÜĞÜR, M. Nuri (2005). *Basın ve Yayın Tarihi*, Der Yayınları, İstanbul.
- İRVAN, Süleyman (1999). *Medya Etiği ve Meşruluk Sınırları*, Birikim, sayı 117, s61–68.
- İRVAN, Süleyman (2004). *Gazetecilik Etiği*, Editör: Nilgün Gürkan Pazarcı, *Türkiye'de Kitle İletişimi*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- JAMES, William (2003). *Faydacılık*. Yeryüzü Yayınevi, Ankara.
- KALENDER, Ahmet (1999). *Demokrasilerde Yerel Basının Önemi İç Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim*, Konya, s52-61.
- KANT, İmmanuel, (1994). *Etik Üzerine Dersler I*. Çeviren: Oğuz Özügül, Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- KARADUMAN, Sibel ve Karaduman, Murat, *Bilgi Toplumunun Oluşmasında Televizyon Haberlerinin Yeri ve Önemine İlişkin Eleştirel Bir Bakış*, www.selcuk.edu.tr, Erişim tarihi: 10.01.2009.
- KAYACAN, İsa (1996). *Basınımızın Anadolu Cephesi*, Ece Yayınları, Ankara.
- KEANE, John (1999). *Medya ve Demokrasi*, Çeviren: Haluk Şahin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- KILIÇ, Deniz (2005). *Haber Yapma Sürecinin Belirleyici Unsurları ve Basın Ahlakı*. Selçuk İletişim Dergisi cilt 3, sayı 4, s130–141.
- KIZIL, Neşe Erkeli (1998). *İletişim Özgürlüğü ve Medyada Oto-Kontrol*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- KOLOĞLU, Orhan (1994). *Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- KONYA BASINI 2005 (2005). Konya: Konya Gazeteciler Cemiyet Yayınları.
- KORKMAZ, Alemdar (2001). *İletişim Ve Tarih*, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- MACINTYRE, Alasdair (2001). *Erdem Peşinde*, Çeviren: Muttalip Özcan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- MACINTYRE, Alasdair (2001). *Ethik'in Kısa Tarihi*, Çeviren: Solmaz Zelyüt Hünler, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- MATELSKİ, Marilyn J (1996). *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Çeviren: Bahar Öçal Düzgören, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- MEENS, Thom (2010). *Ombudsman: Okur/izleyici İle Medya Arasındaki Kilit İsim*, Editörler: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Fersa Matbaacılık, Ankara, s154-162.
- MİLL, John Stuart (2003). *Düşünce ve Tartışma Özgürlüğü Üstüne*, Çeviren: Cem Akaş. K Kitaplığı.
- MORRESİ, Enrico (2006). *Haber Etiği*, Çeviren: Fırat Genç, Dost Kitabevi, Ankara.
- ORANLI, Çetin (2008). *Merhaba Gazetesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- OSKAY, Ünsal (1992). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*, Der Yayınları, İstanbul.
- OSKAY, Ünsal (2004). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- ÖKE, M. Kemal (1994). *Gazeteci*. ÇGD Yayınları, Ankara.

- ÖNDER, Mehmet (1949). *Konya Matbuatı Tarihi*, Ülkü Basımevi, Konya.
- ÖZEK, Çetin (1999). *Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- ÖZER, Ömer, (2008). *Liberal Basın Anlayışı: Objektif Habercilik İdeali, Haber Değerliliği ve Gazetecilik Etiği*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- ÖZTÜRK, Şerife, (2004). *Özel Kanalların Türk Haberciliğine Etkisi*, Selçuk İletişim Dergisi, cilt 3, sayı 2, s97–112.
- PERİN, Cevdet (1974). *Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- POSTMAN, Neil (2004). *Televizyon Öldüren Eğlence*, Çeviren: Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- POYRAZ, Bedriye (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*, Ütopya Yayınları, Ankara.
- RESNİK, David B. (2004). *Bilim Etik'i*, Çeviren: Vicdan Mutlu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SELSAM, Howard (1995). *Etik*. Çeviren: Yüksel Demirekler. Yaba Yayınları, Ankara.
- SEVERİN, Werner J. ve Tankard, James W. (1994). *İletişim Kuramları*. Çeviren: Ali Atıf Bir, N. Serdar Sever. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- SOLMAZ, Başak (2007). *Basının Sosyal Sorumluluğu*, Editörler: Bilal Arık, Mustafa Şeker, *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*, Tablet Yayınları, Konya, s277, 291.
- ŞAHHÜSEYİNOĞLU, H. Nedim (2005). *Dünden Bugüne Düşüncelere ve Basına Sansür*, Paragraf Yayınevi, Ankara.
- ŞEKER, Mustafa (2000). *Çağdaş Gazete Yayınlama Teknikleri*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Konya.
- ŞEKER, Mustafa (2007). *Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri*, Selçuk İletişim Dergisi, cilt 4, sayı 4, s36 – 44.

- ŞEKER, Mustafa (1999). *Televizyon Haberciliği*, Sel-Ün Yayınları, Konya.
- ŞEKER, Mustafa (2007). *Yerel Gazeteler*. Tablet Kitabevi, Konya.
- TAŞ, Oğuzhan (2010). *Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi*, Editörler: Bülent Çaplı, Hakan Tuncel, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Ankara: Fersa Matbaacılık, s3–23.
- TEPE, Harun (2001). *Etik ve Meslek Etikleri*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, İstanbul.
- TEPE, Harun (1992). *Etik ve Metaetik*, Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları, Ankara.
- TEPE, Harun (2000). *Basın Etiği ya da Basının Etik Sorunları Üzerine, Etik ve Meslek Etikleri*, Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara.
- TOKGÖZ, Oya (1994). *Temel Gazetecilik*. İmge Kitabevi, Ankara.
- TOKGÖZ, Oya (1981). “Türkiye’de Yerel Gazetecilik Olgusu: Rolü ve Önemi” Ankara: A.Ü. SBF Basın Yayın Yüksek Okulu Yıllık.
- TUTAR, Hilmi (1993). *21. Yüzyılda Türk Basını*, S.Ü. İletişim Fakültesi Kütüphanesi, Ankara.
- UZUN, Ruhdan (2009). *İletişim Etiği-Sorunlar ve Sorumluluklar*, Dipnot Yayınları, Ankara.
- VURAL, Ali, Murat (1999). *Yerel Basın ve Kamuoyu*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- YAYLAGÜL, Levent (2010). *Kitle İletişim Kuramları-Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Dipnot Yayınları, Ankara.
- YEKE, Yıldız Karagöz (2007). *Machiavelli ve Siyasal Etik*, Ebabil Yayıncılık, Ankara.
- YILMAZ, S. Hakan (2007). *Türk Basını ve Özdenetim*, Editörler: M. Bilal Arık, Mustafa Şeker, *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*. Konya: Tablet Yayınları, s255–274.

YÜKSEL, Erkan, Gürcan, H. İbrahim (2001). *Habercinin El Kitabı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

İnternet Siteleri

www.rtuk.org.tr (09.10.2009)

www.tdk.org.tr (11.11.2009)

<http://209.85.229.132/custom?q=cache:m1ze39Lq52kJ:insanhaklarimerkezi.bilgi.edu.tr/source/411/%C4%B0NSAN%2520HAKLARI%2520EVRENSEL%2520BEYANNAMES%C4%B0.doc+insan+haklar%C4%B1+evrensel+beyannamesi&cd=3&hl=tr&ct=clnk&inlang=tr&client=pub-0583269365908606>. (31.10.2009).

www.universitetelevizyonu.com (18.12.2009)

EKLER

Ek 1: Alan Araştırmasında Kullanılan Tablolar

Tablo 1: Deneklerin Eğitim Durumu ve Gazetecilik Eğitimine İlişkin Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71,808(a)	12	,000
Likelihood Ratio	31,742	12	,002
Linear-by-Linear Association	,054	1	,816
N of Valid Cases	100		

a. 15 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Tablo 2: Deneklerin Cinsiyetleri ve Gazetecilik Eğitimine Bakışlarını Gösteren Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,181 ^a	3	,758
Likelihood Ratio	1,369	3	,713
Linear-by-Linear Association	,071	1	,790
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

Tablo 3: Deneklerin Cinsiyetleri ve Gazetecilik Eğitimini Gösteren Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,975(a)	2	,002
Likelihood Ratio	10,032	2	,007
Linear-by-Linear Association	7,199	1	,007
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,32.

Tablo 4: Deneklerin Eğitim Durumu ve Medyada Etik Standartlara İlişkin Düşüncelerini Gösteren Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,019(a)	20	,715
Likelihood Ratio	18,444	20	,558
Linear-by-Linear Association	,070	1	,792
N of Valid Cases	100		

a 24 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Tablo 5: Deneklerin Eğitim Durumu ve Medya İşleyişine İlişkin Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,786(a)	16	,540
Likelihood Ratio	16,450	16	,422
Linear-by-Linear Association	2,772	1	,096
N of Valid Cases	100		

a 18 cells (72,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Tablo 6: Deneklerin Yaş Dağılımı ve Basın Özgürlüğüne İlişkin Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65,991(a)	20	,000
Likelihood Ratio	27,348	20	,126
Linear-by-Linear Association	,215	1	,643
N of Valid Cases	100		

a 24 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

Tablo 7: Deneklerin Yaş Dağılımı ve Gazetecilik Eğitimi Gösteren Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	36,474(a)	8	,000
Likelihood Ratio	22,522	8	,004
Linear-by-Linear Association	5,543	1	,019
N of Valid Cases	100		

a. 9 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Tablo 8: Deneklerin Yaş Dağılımı ve Eğitim Durumunu Karşılaştıran Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39,733(a)	16	,001
Likelihood Ratio	28,558	16	,027
Linear-by-Linear Association	9,822	1	,002
N of Valid Cases	100		

a. 20 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Tablo 9: Yaş Dağılımı ve Medyada Gelir Yetersizliğine Yönelik Görüşleri Karşılaştıran Ki Kare Tablosu

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44,304 ^a	20	,001
Likelihood Ratio	27,604	20	,119
Linear-by-Linear Association	2,267	1	,132
N of Valid Cases	100		

a. 24 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,04.

Tablo 10: Deneklerin Cinsiyetleri ve Gazetecilik Eğitimine Yaklaşımlarını gösteren Çapraz Tablo

Cinsiyet * Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır Crosstabulation

		Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır				Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	0 ,0%	1 6,3%	5 31,3%	10 62,5%	16 100,0%
	Erkek	2 2,4%	2 2,4%	23 27,4%	57 67,9%	84 100,0%
Total		2 2,0%	3 3,0%	28 28,0%	67 67,0%	100 100,0%
			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	3,0%	28,0%	67,0%	100,0%

Tablo 11: Deneklerin Cinsiyetleri ve Yerel Medya İşleyişine Yönelik Yaklaşımlarını Gösteren Çapraz Tablo

Cinsiyet * Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir Crosstabulation

		Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir				Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	2 12,5%	2 12,5%	1 6,3%	11 68,8%	16 100,0%
	Erkek	1 1,2%	2 2,4%	25 29,8%	56 66,7%	84 100,0%
Total		3 3,0%	4 4,0%	26 26,0%	67 67,0%	100 100,0%
			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		3,0%	4,0%	26,0%	67,0%	100,0%

Tablo 12: Deneklerin Cinsiyetleri ve Reklâma İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Cinsiyet * Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir Crosstabulation

		Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	0	1	2	3	10	16
		,0%	6,3%	12,5%	18,8%	62,5%	100,0%
Erkek		,0%	50,0%	40,0%	14,3%	14,7%	16,0%
		,0%	1,0%	2,0%	3,0%	10,0%	16,0%
Total		4	1	3	18	58	84
		4,8%	1,2%	3,6%	21,4%	69,0%	100,0%
Total		100,0%	50,0%	60,0%	85,7%	85,3%	84,0%
		4,0%	1,0%	3,0%	18,0%	58,0%	84,0%
Total		4	2	5	21	68	100
		4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%

Tablo 13: Deneklerin Cinsiyetleri ve Medyada Geri Bildirilere İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Cinsiyet * Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum Crosstabulation

		Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum				Total
		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	0	1	5	10	16
		,0%	6,3%	31,3%	62,5%	100,0%
Erkek		,0%	12,5%	17,9%	16,4%	16,0%
		,0%	1,0%	5,0%	10,0%	16,0%
Total		3	7	23	51	84
		3,6%	8,3%	27,4%	60,7%	100,0%
Total		100,0%	87,5%	82,1%	83,6%	84,0%
		3,0%	7,0%	23,0%	51,0%	84,0%
Total		3	8	28	61	100
		3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%

Tablo 14: Deneklerin Cinsiyetleri ve Kurumsal İkelere Yönelik Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Cinsiyet * Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır
Crosstabulation

		Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	1 6,3%	0 ,0%	0 ,0%	3 18,8%	12 75,0%	16 100,0%
	Erkek	25,0%	,0%	,0%	16,7%	17,1%	16,0%
Total		1,0%	,0%	,0%	3,0%	12,0%	16,0%
	Total	3 3,6%	4 4,8%	4 4,8%	15 17,9%	58 69,0%	84 100,0%
Total		75,0%	100,0%	100,0%	83,3%	82,9%	84,0%
	Total	3,0%	4,0%	4,0%	15,0%	58,0%	84,0%
Total		4 4,0%	4 4,0%	4 4,0%	18 18,0%	70 70,0%	100 100,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total		4,0%	4,0%	4,0%	18,0%	70,0%	100,0%

Tablo 15: Deneklerin Cinsiyetleri ve Basın Konseyi'ne İlişkin Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Cinsiyet * Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir
Crosstabulation

		Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Cinsiyet	Kadın	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	1 6,3%	5 31,3%	10 62,5%	16 100,0%
	Erkek	,0%	,0%	,0%	16,7%	20,8%	15,6%	16,0%
Total		,0%	,0%	,0%	1,0%	5,0%	10,0%	16,0%
	Total	1 1,2%	2 2,4%	3 3,6%	5 6,0%	19 22,6%	54 64,3%	84 100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	83,3%	79,2%	84,4%	84,0%
	Total	1,0%	2,0%	3,0%	5,0%	19,0%	54,0%	84,0%
Total		1 1,0%	2 2,0%	3 3,0%	6 6,0%	24 24,0%	64 64,0%	100 100,0%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Total		1,0%	2,0%	3,0%	6,0%	24,0%	64,0%	100,0%

Tablo 16: Deneklerin Cinsiyetleri ve Tiraj, İzlenme vb. Oranlarına Yönelik Düşüncelerini Gösteren Çapraz Tablo

Cinsiyet * Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir Crosstabulation

		Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Cinsiyet	Kadın	0	0	1	1	7	7	16
		,0%	,0%	6,3%	6,3%	43,8%	43,8%	100,0%
Erkek		,0%	,0%	33,3%	33,3%	16,7%	14,3%	16,0%
		,0%	,0%	1,0%	1,0%	7,0%	7,0%	16,0%
Total		1	2	2	2	35	42	84
		1,2%	2,4%	2,4%	2,4%	41,7%	50,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	66,7%	66,7%	83,3%	85,7%	84,0%
		1,0%	2,0%	2,0%	2,0%	35,0%	42,0%	84,0%
Total		1	2	3	3	42	49	100
		1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%

Tablo 17: Deneklerin Cinsiyetleri ve Basın Konseyi'nin İşlevine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Cinsiyet * Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır Crosstabulation

		Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Cinsiyet	Kadın	2	0	0	0	5	9	16
		12,5%	,0%	,0%	,0%	31,3%	56,3%	100,0%
Erkek		100,0%	,0%	,0%	,0%	20,8%	14,8%	16,0%
		2,0%	,0%	,0%	,0%	5,0%	9,0%	16,0%
Total		0	2	7	4	19	52	84
		,0%	2,4%	8,3%	4,8%	22,6%	61,9%	100,0%
Total		,0%	100,0%	100,0%	100,0%	79,2%	85,2%	84,0%
		,0%	2,0%	7,0%	4,0%	19,0%	52,0%	84,0%
Total		2	2	7	4	24	61	100
		2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%

Tablo 18: Deneklerin Cinsiyetleri ve Medya Çalışanlarının Gelir Düzeyine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Cinsiyet * Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir Crosstabulation

		Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Cinsiyet	Kadın	1	0	1	3	4	7	16
		6,3%	,0%	6,3%	18,8%	25,0%	43,8%	100,0%
Erkek		50,0%	,0%	25,0%	25,0%	14,3%	13,5%	16,0%
		1,0%	,0%	1,0%	3,0%	4,0%	7,0%	16,0%
Total		1	2	3	9	24	45	84
		1,2%	2,4%	3,6%	10,7%	28,6%	53,6%	100,0%
Total		50,0%	100,0%	75,0%	75,0%	85,7%	86,5%	84,0%
		1,0%	2,0%	3,0%	9,0%	24,0%	45,0%	84,0%
Total		2	2	4	12	28	52	100
		2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%

Tablo 19: Deneklerin Cinsiyetleri ve Medyanın Çıkar İlişkilerindeki Rolüne Yönelik Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Cinsiyet * Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir Crosstabulation

		Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Cinsiyet	Kadın	1	0	1	1	7	6	16
		6,3%	,0%	6,3%	6,3%	43,8%	37,5%	100,0%
Erkek		100,0%	,0%	16,7%	11,1%	21,9%	12,2%	16,0%
		1,0%	,0%	1,0%	1,0%	7,0%	6,0%	16,0%
Total		0	3	5	8	25	43	84
		,0%	3,6%	6,0%	9,5%	29,8%	51,2%	100,0%
Total		,0%	100,0%	83,3%	88,9%	78,1%	87,8%	84,0%
		,0%	3,0%	5,0%	8,0%	25,0%	43,0%	84,0%
Total		1	3	6	9	32	49	100
		1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%

Tablo 20: Deneklerin Yaşları ve Gazetecilik Eğitime Yaklaşımlarını Gösteren Çapraz Tablo

Yasiniz * Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır
Crosstabulation

		Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır				Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Yasiniz	18-25	0	1	10	32	43
		,0%	2,3%	23,3%	74,4%	100,0%
26-35		,0%	33,3%	35,7%	47,8%	43,0%
		,0%	1,0%	10,0%	32,0%	43,0%
		1	1	11	23	36
36-45		2,8%	2,8%	30,6%	63,9%	100,0%
		50,0%	33,3%	39,3%	34,3%	36,0%
		1,0%	1,0%	11,0%	23,0%	36,0%
		1	1	4	6	12
46-55		8,3%	8,3%	33,3%	50,0%	100,0%
		50,0%	33,3%	14,3%	9,0%	12,0%
		1,0%	1,0%	4,0%	6,0%	12,0%
		0	0	3	4	7
		,0%	,0%	42,9%	57,1%	100,0%
56 ve üzeri		,0%	,0%	10,7%	6,0%	7,0%
		,0%	,0%	3,0%	4,0%	7,0%
		0	0	0	2	2
		,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	3,0%	2,0%
		,0%	,0%	,0%	2,0%	2,0%
Total		2	3	28	67	100
		2,0%	3,0%	28,0%	67,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	3,0%	28,0%	67,0%	100,0%

Tablo 21: Deneklerin Yaşları ve Yerel Medya İşleyişine Yönelik Yaklaşımlarını Gösteren Çapraz Tablo

Yasiniz * Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir Crosstabulation

		Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir				Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Yasiniz	18-25	2	3	7	31	43
		4,7%	7,0%	16,3%	72,1%	100,0%
26-35		66,7%	75,0%	26,9%	46,3%	43,0%
		2,0%	3,0%	7,0%	31,0%	43,0%
		1	0	12	23	36
36-45		2,8%	,0%	33,3%	63,9%	100,0%
		33,3%	,0%	46,2%	34,3%	36,0%
		1,0%	,0%	12,0%	23,0%	36,0%
46-55		0	0	4	8	12
		,0%	,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		,0%	,0%	15,4%	11,9%	12,0%
56 ve üzeri		,0%	,0%	4,0%	8,0%	12,0%
		0	1	3	3	7
		,0%	14,3%	42,9%	42,9%	100,0%
Total		,0%	25,0%	11,5%	4,5%	7,0%
		,0%	1,0%	3,0%	3,0%	7,0%
		0	0	0	2	2
Total		,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	3,0%	2,0%
		,0%	,0%	,0%	2,0%	2,0%
		3	4	26	67	100
Total		3,0%	4,0%	26,0%	67,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		3,0%	4,0%	26,0%	67,0%	100,0%

Tablo 22: Deneklerin Yaşları ve Reklâma İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Yasiniz * Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir Crosstabulation

		Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir				Total	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Yasiniz	18-25	2	0	4	12	25	43
		4,7%	,0%	9,3%	27,9%	58,1%	100,0%
		50,0%	,0%	80,0%	57,1%	36,8%	43,0%
	26-35	2,0%	,0%	4,0%	12,0%	25,0%	43,0%
		1	1	1	4	29	36
		2,8%	2,8%	2,8%	11,1%	80,6%	100,0%
	36-45	25,0%	50,0%	20,0%	19,0%	42,6%	36,0%
		1,0%	1,0%	1,0%	4,0%	29,0%	36,0%
		1	1	0	2	8	12
	46-55	8,3%	8,3%	,0%	16,7%	66,7%	100,0%
		25,0%	50,0%	,0%	9,5%	11,8%	12,0%
		1,0%	1,0%	,0%	2,0%	8,0%	12,0%
56 ve üzeri	0	0	0	2	5	7	
	,0%	,0%	,0%	28,6%	71,4%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	9,5%	7,4%	7,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	2,0%	5,0%	7,0%	
	0	0	0	1	1	2	
	,0%	,0%	,0%	50,0%	50,0%	100,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	4,8%	1,5%	2,0%	
	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	2,0%	
	4	2	5	21	68	100	
Total	4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%	

Tablo 23: Deneklerin Yaşları ve Medyada Geri Bildirimlere İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Yasiniz * Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum Crosstabulation

		Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum				Total
		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Katılmıyorum
Yasiniz	18-25	0	2	14	27	43
		,0%	4,7%	32,6%	62,8%	100,0%
26-35		,0%	25,0%	50,0%	44,3%	43,0%
		,0%	2,0%	14,0%	27,0%	43,0%
		3	2	9	22	36
		8,3%	5,6%	25,0%	61,1%	100,0%
36-45		100,0%	25,0%	32,1%	36,1%	36,0%
		3,0%	2,0%	9,0%	22,0%	36,0%
		0	1	3	8	12
		,0%	8,3%	25,0%	66,7%	100,0%
46-55		,0%	12,5%	10,7%	13,1%	12,0%
		,0%	1,0%	3,0%	8,0%	12,0%
		0	3	1	3	7
		,0%	42,9%	14,3%	42,9%	100,0%
56 ve üzeri		,0%	37,5%	3,6%	4,9%	7,0%
		,0%	3,0%	1,0%	3,0%	7,0%
		0	0	1	1	2
		,0%	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Total		,0%	,0%	3,6%	1,6%	2,0%
		,0%	,0%	1,0%	1,0%	2,0%
		3	8	28	61	100
		3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%

Tablo 24: Deneklerin Yaşları ve Kurumsal İkelere Yönelik Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Yasiniz * Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır
Crosstabulation

		Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır				Total	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Yasiniz	18-25	2	2	1	9	29	43
		4,7%	4,7%	2,3%	20,9%	67,4%	100,0%
		50,0%	50,0%	25,0%	50,0%	41,4%	43,0%
	26-35	2,0%	2,0%	1,0%	9,0%	29,0%	43,0%
		2	1	2	5	26	36
		5,6%	2,8%	5,6%	13,9%	72,2%	100,0%
	36-45	50,0%	25,0%	50,0%	27,8%	37,1%	36,0%
		2,0%	1,0%	2,0%	5,0%	26,0%	36,0%
		0	0	1	2	9	12
	46-55	,0%	,0%	8,3%	16,7%	75,0%	100,0%
		,0%	,0%	25,0%	11,1%	12,9%	12,0%
		,0%	,0%	1,0%	2,0%	9,0%	12,0%
56 ve üzeri	0	1	0	2	4	7	
	,0%	14,3%	,0%	28,6%	57,1%	100,0%	
	,0%	25,0%	,0%	11,1%	5,7%	7,0%	
Total	,0%	1,0%	,0%	2,0%	4,0%	7,0%	
	0	0	0	0	2	2	
	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	2,9%	2,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	,0%	2,0%	2,0%	
	4	4	4	18	70	100	
	4,0%	4,0%	4,0%	18,0%	70,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	4,0%	4,0%	4,0%	18,0%	70,0%	100,0%	

Tablo 25: Deneklerin Yaşları ve Basın Konseyi'ne İlişkin Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Yasiniz * Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir Crosstabulation

		Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir					Total	
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum
Yasiniz	18-25	0	0	1	4	7	31	43
		,0%	,0%	2,3%	9,3%	16,3%	72,1%	100,0%
		,0%	,0%	33,3%	66,7%	29,2%	48,4%	43,0%
	26-35	,0%	,0%	1,0%	4,0%	7,0%	31,0%	43,0%
		0	1	2	1	11	21	36
		,0%	2,8%	5,6%	2,8%	30,6%	58,3%	100,0%
	36-45	,0%	50,0%	66,7%	16,7%	45,8%	32,8%	36,0%
		,0%	1,0%	2,0%	1,0%	11,0%	21,0%	36,0%
		1	1	0	1	2	7	12
	46-55	8,3%	8,3%	,0%	8,3%	16,7%	58,3%	100,0%
		100,0%	50,0%	,0%	16,7%	8,3%	10,9%	12,0%
		1,0%	1,0%	,0%	1,0%	2,0%	7,0%	12,0%
56 ve üzeri	0	0	0	0	4	3	7	
	,0%	,0%	,0%	,0%	57,1%	42,9%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	16,7%	4,7%	7,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	,0%	4,0%	3,0%	7,0%	
	0	0	0	0	0	2	2	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,1%	2,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,0%	2,0%	
	1	2	3	6	24	64	100	
Total	1,0%	2,0%	3,0%	6,0%	24,0%	64,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	1,0%	2,0%	3,0%	6,0%	24,0%	64,0%	100,0%	

Tablo 26: Deneklerin Yaşları ve Tiraj, İzlenme vb. Oranlarına Yönelik Düşüncelerini Gösteren Çapraz Tablo

Yasiniz * Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir Crosstabulation

	Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir						Total
	Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorm	Katılmıyorm	Kararsızm	Katılıyorm	Kesinlikle Katılıyorm	
Yasini 18-25	0	0	1	3	15	24	43
	,0%	,0%	2,3%	7,0%	34,9%	55,8%	100,0%
26-35	1	1	2	0	18	14	36
	2,8%	2,8%	5,6%	,0%	50,0%	38,9%	100,0%
36-45	0	1	0	0	5	6	12
	,0%	8,3%	,0%	,0%	41,7%	50,0%	100,0%
46-55	0	0	0	0	3	4	7
	,0%	,0%	,0%	,0%	42,9%	57,1%	100,0%
56 ve üzeri	0	0	0	0	1	1	2
	,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	50,0%	100,0%
Total	1	2	3	3	42	49	100
	1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%

Tablo 27: Deneklerin Yaşları ve Basın Konseyi'nin İşlevine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Yasınız * Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır Crosstabulation

		Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır					Total	
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor		Kesinlikle Katılıyor
Yasınız	18-25	1	1	0	2	12	27	43
		2,3%	2,3%	,0%	4,7%	27,9%	62,8%	100,0%
		50,0%	50,0%	,0%	50,0%	50,0%	44,3%	43,0%
		1,0%	1,0%	,0%	2,0%	12,0%	27,0%	43,0%
	26-35	1	0	4	0	7	24	36
		2,8%	,0%	11,1%	,0%	19,4%	66,7%	100,0%
		50,0%	,0%	57,1%	,0%	29,2%	39,3%	36,0%
		1,0%	,0%	4,0%	,0%	7,0%	24,0%	36,0%
	36-45	0	1	2	1	2	6	12
		,0%	8,3%	16,7%	8,3%	16,7%	50,0%	100,0%
		,0%	50,0%	28,6%	25,0%	8,3%	9,8%	12,0%
		,0%	1,0%	2,0%	1,0%	2,0%	6,0%	12,0%
46-55	0	0	1	1	3	2	7	
	,0%	,0%	14,3%	14,3%	42,9%	28,6%	100,0%	
	,0%	,0%	14,3%	25,0%	12,5%	3,3%	7,0%	
	,0%	,0%	1,0%	1,0%	3,0%	2,0%	7,0%	
56 ve üzeri	0	0	0	0	0	2	2	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	3,3%	2,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,0%	2,0%	
Total	2	2	7	4	24	61	100	
	2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%	

Tablo 28: Deneklerin Yaşları ve Medya Çalışanlarının Gelir Düzeyine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Yasiniz * Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir Crosstabulation

	Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir						Total
	Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor	Kesinlikle Katılıyor	
Yasini 18-25	1	0	3	6	10	23	43
	2,3%	,0%	7,0%	14,0%	23,3%	53,5%	100,0%
26-35	50,0%	,0%	75,0%	50,0%	35,7%	44,2%	43,0%
	1,0%	,0%	3,0%	6,0%	10,0%	23,0%	43,0%
36-45	0	2	1	1	11	21	36
	,0%	5,6%	2,8%	2,8%	30,6%	58,3%	100,0%
46-55	,0%	100,0%	25,0%	8,3%	39,3%	40,4%	36,0%
	,0%	2,0%	1,0%	1,0%	11,0%	21,0%	36,0%
56 ve üzeri	0	0	0	1	5	6	12
	,0%	,0%	,0%	8,3%	41,7%	50,0%	100,0%
Total	,0%	,0%	,0%	8,3%	17,9%	11,5%	12,0%
	,0%	,0%	,0%	1,0%	5,0%	6,0%	12,0%
Total	0	0	0	3	2	2	7
	,0%	,0%	,0%	42,9%	28,6%	28,6%	100,0%
Total	,0%	,0%	,0%	25,0%	7,1%	3,8%	7,0%
	,0%	,0%	,0%	3,0%	2,0%	2,0%	7,0%
Total	1	0	0	1	0	0	2
	50,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	,0%	100,0%
Total	50,0%	,0%	,0%	8,3%	,0%	,0%	2,0%
	1,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	,0%	2,0%
Total	2	2	4	12	28	52	100
	2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%

Tablo 29: Deneklerin Yaşları ve Medyanın Çıkar İlişkilerindeki Rolüne Yönelik Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Yaşınız * Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir Crosstabulation

	Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir						Total
	Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Yaşınız 18-25	0	0	3	6	14	20	43
	,0%	,0%	7,0%	14,0%	32,6%	46,5%	100,0%
	,0%	,0%	50,0%	66,7%	43,8%	40,8%	43,0%
26-35	0	1	2	2	10	21	36
	,0%	2,8%	5,6%	5,6%	27,8%	58,3%	100,0%
	,0%	33,3%	33,3%	22,2%	31,3%	42,9%	36,0%
36-45	0	2	1	1	4	4	12
	,0%	16,7%	8,3%	8,3%	33,3%	33,3%	100,0%
	,0%	66,7%	16,7%	11,1%	12,5%	8,2%	12,0%
46-55	0	0	0	0	3	4	7
	,0%	,0%	,0%	,0%	42,9%	57,1%	100,0%
	,0%	,0%	,0%	,0%	9,4%	8,2%	7,0%
56 ve üzeri	1	0	0	0	1	0	2
	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	,0%	100,0%
	100,0%	,0%	,0%	,0%	3,1%	,0%	2,0%
Total	1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	2,0%
	1	3	6	9	32	49	100
	1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%

Tablo 30: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Gazetecilik Eğitimine Yaklaşımlarını Gösteren Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır Crosstabulation

		Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır				Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
Ortaöğretim		,0%	,0%	3,6%	,0%	1,0%
		,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
		0	2	14	10	26
		,0%	7,7%	53,8%	38,5%	100,0%
Lisans		,0%	66,7%	50,0%	14,9%	26,0%
		,0%	2,0%	14,0%	10,0%	26,0%
		1	0	10	50	61
		1,6%	,0%	16,4%	82,0%	100,0%
Yüksek Lisans		50,0%	,0%	35,7%	74,6%	61,0%
		1,0%	,0%	10,0%	50,0%	61,0%
		0	1	3	7	11
		,0%	9,1%	27,3%	63,6%	100,0%
Doktora		,0%	33,3%	10,7%	10,4%	11,0%
		,0%	1,0%	3,0%	7,0%	11,0%
		1	0	0	0	1
		100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Total		50,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%
		1,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%
		2	3	28	67	100
		2,0%	3,0%	28,0%	67,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	3,0%	28,0%	67,0%	100,0%

Tablo 31: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Yerel Medya İşleyişine Yönelik Yaklaşımlarını Gösteren Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir Crosstabulation

		Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir				Total	
		Kesinlikle Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	1	0	1	
		,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%	
		,0%	,0%	3,8%	,0%	1,0%	
		% of Total	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	0	1	9	16	26	
		,0%	3,8%	34,6%	61,5%	100,0%	
		,0%	25,0%	34,6%	23,9%	26,0%	
		% of Total	,0%	1,0%	9,0%	16,0%	26,0%
	Lisans	2	3	11	45	61	
		3,3%	4,9%	18,0%	73,8%	100,0%	
		66,7%	75,0%	42,3%	67,2%	61,0%	
		% of Total	2,0%	3,0%	11,0%	45,0%	61,0%
Yüksek Lisans	1	0	4	6	11		
	9,1%	,0%	36,4%	54,5%	100,0%		
	33,3%	,0%	15,4%	9,0%	11,0%		
	% of Total	1,0%	,0%	4,0%	6,0%	11,0%	
Doktora	0	0	1	0	1		
	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%		
	,0%	,0%	3,8%	,0%	1,0%		
	% of Total	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%	
Total		3	4	26	67	100	
		3,0%	4,0%	26,0%	67,0%	100,0%	
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
		% of Total	3,0%	4,0%	26,0%	67,0%	100,0%

Tablo 32: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Reklâma İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir Crosstabulation

		Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	0	1	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	1,5%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
	Ortaöğretim	0	0	1	5	20	26
		,0%	,0%	3,8%	19,2%	76,9%	100,0%
		,0%	,0%	20,0%	23,8%	29,4%	26,0%
		,0%	,0%	1,0%	5,0%	20,0%	26,0%
	Lisans	4	2	3	14	38	61
		6,6%	3,3%	4,9%	23,0%	62,3%	100,0%
		100,0%	100,0%	60,0%	66,7%	55,9%	61,0%
		4,0%	2,0%	3,0%	14,0%	38,0%	61,0%
	Yüksek Lisans	0	0	1	2	8	11
		,0%	,0%	9,1%	18,2%	72,7%	100,0%
		,0%	,0%	20,0%	9,5%	11,8%	11,0%
		,0%	,0%	1,0%	2,0%	8,0%	11,0%
	Doktora	0	0	0	0	1	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	1,5%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
Total	4	2	5	21	68	100	
	4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	4,0%	2,0%	5,0%	21,0%	68,0%	100,0%	

Tablo 33: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Medyada Geri Bildirilere İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum Crosstabulation

		Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum				Total
		Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	3,6%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
		2	4	6	14	26
		7,7%	15,4%	23,1%	53,8%	100,0%
	Lisans	66,7%	50,0%	21,4%	23,0%	26,0%
		2,0%	4,0%	6,0%	14,0%	26,0%
		1	4	17	39	61
	Yüksek Lisans	1,6%	6,6%	27,9%	63,9%	100,0%
		33,3%	50,0%	60,7%	63,9%	61,0%
		1,0%	4,0%	17,0%	39,0%	61,0%
Doktora	0	0	4	7	11	
	,0%	,0%	36,4%	63,6%	100,0%	
	,0%	,0%	14,3%	11,5%	11,0%	
Total	,0%	,0%	4,0%	7,0%	11,0%	
	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	1,6%	1,0%	
	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	
	3	8	28	61	100	
Total	3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	3,0%	8,0%	28,0%	61,0%	100,0%	

Tablo 34: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Kurumsal İlkelere Yönelik Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır Crosstabulation

		Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır					Total
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	5,6%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
		0	2	3	4	17	26
		,0%	7,7%	11,5%	15,4%	65,4%	100,0%
	Lisans	,0%	50,0%	75,0%	22,2%	24,3%	26,0%
		,0%	2,0%	3,0%	4,0%	17,0%	26,0%
		4	2	1	10	44	61
	Yüksek Lisans	6,6%	3,3%	1,6%	16,4%	72,1%	100,0%
		100,0%	50,0%	25,0%	55,6%	62,9%	61,0%
		4,0%	2,0%	1,0%	10,0%	44,0%	61,0%
	Doktora	0	0	0	3	8	11
		,0%	,0%	,0%	27,3%	72,7%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	16,7%	11,4%	11,0%
	Total	,0%	,0%	,0%	3,0%	8,0%	11,0%
		0	0	0	0	1	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Total	,0%	,0%	,0%	,0%	1,4%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
4		4	4	18	70	100	
Total	4,0%	4,0%	4,0%	18,0%	70,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	4,0%	4,0%	4,0%	18,0%	70,0%	100,0%	

Tablo 35: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Basın Konseyi'ne İlişkin Görüşlerine İlişkin Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir Crosstabulation

		Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir					Total	
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumu	İlköğretim	0	0	0	0	0	1	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
Ortaöğretim		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,6%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
		1	0	1	1	10	13	26
		3,8%	,0%	3,8%	3,8%	38,5%	50,0%	100,0%
		100,0%	,0%	33,3%	16,7%	41,7%	20,3%	26,0%
Lisans		1,0%	,0%	1,0%	1,0%	10,0%	13,0%	26,0%
		0	2	2	4	13	40	61
		,0%	3,3%	3,3%	6,6%	21,3%	65,6%	100,0%
		,0%	100,0%	66,7%	66,7%	54,2%	62,5%	61,0%
		,0%	2,0%	2,0%	4,0%	13,0%	40,0%	61,0%
Yüksek Lisans		0	0	0	1	1	9	11
		,0%	,0%	,0%	9,1%	9,1%	81,8%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	16,7%	4,2%	14,1%	11,0%
		,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	9,0%	11,0%
		0	0	0	0	0	1	1
Doktora		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,6%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%
		1	2	3	6	24	64	100
Total		1,0%	2,0%	3,0%	6,0%	24,0%	64,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		1,0%	2,0%	3,0%	6,0%	24,0%	64,0%	100,0%

Tablo 36: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Tiraj, İzlenme vb. Oranlarına Yönelik Düşüncelerini Gösteren Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir Crosstabulation

		Tiraj, izlenme, takip edilme vs gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	2,4%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
		0	0	1	0	11	14	26
		,0%	,0%	3,8%	,0%	42,3%	53,8%	100,0%
	Lisans	,0%	,0%	33,3%	,0%	26,2%	28,6%	26,0%
		,0%	,0%	1,0%	,0%	11,0%	14,0%	26,0%
		0	2	2	2	25	30	61
	Yüksek Lisans	,0%	3,3%	3,3%	3,3%	41,0%	49,2%	100,0%
		,0%	100,0%	66,7%	66,7%	59,5%	61,2%	61,0%
		,0%	2,0%	2,0%	2,0%	25,0%	30,0%	61,0%
Doktora	1	0	0	1	5	4	11	
	9,1%	,0%	,0%	9,1%	45,5%	36,4%	100,0%	
	100,0%	,0%	,0%	33,3%	11,9%	8,2%	11,0%	
Total	1,0%	,0%	,0%	1,0%	5,0%	4,0%	11,0%	
	0	0	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,0%	1,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	
	1	2	3	3	42	49	100	
	1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	1,0%	2,0%	3,0%	3,0%	42,0%	49,0%	100,0%	

Tablo 37: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Basın Konseyi'nin İşlevine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır Crosstabulation

		Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır						Total
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	4,2%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	0	0	2	1	6	17	26
		,0%	,0%	7,7%	3,8%	23,1%	65,4%	100,0%
		,0%	,0%	28,6%	25,0%	25,0%	27,9%	26,0%
	Lisans	2	2	3	3	16	35	61
		3,3%	3,3%	4,9%	4,9%	26,2%	57,4%	100,0%
		100,0%	100,0%	42,9%	75,0%	66,7%	57,4%	61,0%
	Yüksek Lisans	2	2	3	3	16	35	61
		2,0%	2,0%	3,0%	3,0%	16,0%	35,0%	61,0%
		0	0	2	0	1	8	11
Doktora	,0%	,0%	18,2%	,0%	9,1%	72,7%	100,0%	
	,0%	,0%	28,6%	,0%	4,2%	13,1%	11,0%	
	,0%	,0%	2,0%	,0%	1,0%	8,0%	11,0%	
Total	0	0	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,6%	1,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	
	2	2	7	4	24	61	100	
2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%		
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
2,0%	2,0%	7,0%	4,0%	24,0%	61,0%	100,0%		

Tablo 38: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Medya Çalışanlarının Gelir Düzeyine İlişkin Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir
Crosstabulation

		Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir					Total	
		Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	3,6%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	0	0	1	5	9	11	26
		,0%	,0%	3,8%	19,2%	34,6%	42,3%	100,0%
		,0%	,0%	25,0%	41,7%	32,1%	21,2%	26,0%
	Lisans	0	2	3	6	14	34	61
		,0%	3,3%	4,9%	9,8%	23,0%	55,7%	100,0%
		100,0%	100,0%	75,0%	50,0%	50,0%	65,4%	61,0%
	Yüksek Lisans	2	2	3	6	14	34	61
		3,3%	3,3%	4,9%	9,8%	23,0%	55,7%	100,0%
		2,0%	2,0%	3,0%	6,0%	14,0%	34,0%	61,0%
Doktora	0	0	0	1	4	6	11	
	,0%	,0%	,0%	9,1%	36,4%	54,5%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	8,3%	14,3%	11,5%	11,0%	
Total	0	0	0	1	4	6	11	
	,0%	,0%	,0%	1,0%	4,0%	6,0%	11,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
Total	0	0	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,9%	1,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	
Total	2	2	4	12	28	52	100	
	2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	2	2	4	12	28	52	100	
	2,0%	2,0%	4,0%	12,0%	28,0%	52,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tablo 39: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Medyanın Çıkar İlişkilerindeki Rolüne Yönelik Görüşlerini Yansıtan Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir Crosstabulation

	Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir						Total	
	Cevapsız	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum		
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	0	0	1	0	1
		,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	,0%	,0%	,0%	3,1%	,0%	1,0%
	Ortaöğretim	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	,0%	1,0%
		0	0	1	0	10	15	26
		,0%	,0%	3,8%	,0%	38,5%	57,7%	100,0%
	Lisans	,0%	,0%	16,7%	,0%	31,3%	30,6%	26,0%
		,0%	,0%	1,0%	,0%	10,0%	15,0%	26,0%
		1	3	4	7	19	27	61
	Yüksek Lisans	1,6%	4,9%	6,6%	11,5%	31,1%	44,3%	100,0%
		100,0%	100,0%	66,7%	77,8%	59,4%	55,1%	61,0%
		1,0%	3,0%	4,0%	7,0%	19,0%	27,0%	61,0%
Doktora	0	0	1	2	2	6	11	
	,0%	,0%	9,1%	18,2%	18,2%	54,5%	100,0%	
	,0%	,0%	16,7%	22,2%	6,3%	12,2%	11,0%	
Total	,0%	,0%	1,0%	2,0%	2,0%	6,0%	11,0%	
	0	0	0	0	0	1	1	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	100,0%	
Total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	2,0%	1,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,0%	1,0%	
	1	3	6	9	32	49	100	
	1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	1,0%	3,0%	6,0%	9,0%	32,0%	49,0%	100,0%	

Tablo 40: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Gazetecilik Eğitim Durumlarına İlişkin Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım Crosstabulation

		Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	1	1
		,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	1,9%	1,0%
	Ortaöğretim	0	2	24	26
		,0%	7,7%	92,3%	100,0%
		,0%	4,5%	44,4%	26,0%
	Lisans	2	31	28	61
		3,3%	50,8%	45,9%	100,0%
		100,0%	70,5%	51,9%	61,0%
	Yüksek Lisans	2,0%	31,0%	28,0%	61,0%
		0	10	1	11
		,0%	90,9%	9,1%	100,0%
Doktora	,0%	22,7%	1,9%	11,0%	
	,0%	10,0%	1,0%	11,0%	
	0	1	0	1	
Total	,0%	100,0%	,0%	100,0%	
	,0%	2,3%	,0%	1,0%	
	,0%	1,0%	,0%	1,0%	
		2	44	54	100
		2,0%	44,0%	54,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	44,0%	54,0%	100,0%

Tablo 41: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Aldıkları Gazetecilik Eğitiminin Yeterliliğine ilişkin Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum Crosstabulation

		Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	1	0	1
		,0%	100,0%	,0%	100,0%
Ortaöğretim		,0%	3,6%	,0%	1,0%
		,0%	1,0%	,0%	1,0%
		1	8	17	26
		3,8%	30,8%	65,4%	100,0%
Lisans		50,0%	28,6%	24,3%	26,0%
		1,0%	8,0%	17,0%	26,0%
		1	11	49	61
		1,6%	18,0%	80,3%	100,0%
Yüksek Lisans		50,0%	39,3%	70,0%	61,0%
		1,0%	11,0%	49,0%	61,0%
		0	7	4	11
		,0%	63,6%	36,4%	100,0%
Doktora		,0%	25,0%	5,7%	11,0%
		,0%	7,0%	4,0%	11,0%
		0	1	0	1
		,0%	100,0%	,0%	100,0%
Total		,0%	3,6%	,0%	1,0%
		,0%	1,0%	,0%	1,0%
		2	28	70	100
		2,0%	28,0%	70,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	28,0%	70,0%	100,0%

Tablo 42: Deneklerin Eğitim Düzeyleri ve Lisansüstü Eğitime Bakışlarına Yönelik Çapraz Tablo

Eğitim durumunuz * Yüksek Lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum Crosstabulation

		Yüksek Lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Eğitim durumunuz	İlköğretim	0	0	1	1
		,0%	,0%	100,0%	100,0%
	Ortaöğretim	,0%	,0%	4,8%	1,0%
		,0%	,0%	1,0%	1,0%
	Lisans	0	20	6	26
		,0%	76,9%	23,1%	100,0%
	Yüksek Lisans	,0%	26,3%	28,6%	26,0%
		,0%	20,0%	6,0%	26,0%
	Doktora	3	46	12	61
		4,9%	75,4%	19,7%	100,0%
Total		100,0%	60,5%	57,1%	61,0%
		3,0%	46,0%	12,0%	61,0%
		0	9	2	11
		,0%	81,8%	18,2%	100,0%
		,0%	11,8%	9,5%	11,0%
		,0%	9,0%	2,0%	11,0%
		0	1	0	1
		,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	1,3%	,0%	1,0%
		,0%	1,0%	,0%	1,0%
		3	76	21	100
		3,0%	76,0%	21,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		3,0%	76,0%	21,0%	100,0%

Tablo 43: Deneklerin Görev Aldığı Yayın Organı Gazetecilik Eğitim Durumlarına Yönelik Çapraz Tablo

Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız? * Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım Crosstabulation

		Öğrenim hayatım boyunca gazetecilik eğitimi aldım			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız?	Cevapsız	0	0	3	3
		,0%	,0%	100,0%	100,0%
Radyo	Radyo	,0%	,0%	5,6%	3,0%
		,0%	,0%	3,0%	3,0%
		0	1	6	7
		,0%	14,3%	85,7%	100,0%
		,0%	2,3%	11,1%	7,0%
		,0%	1,0%	6,0%	7,0%
Televizyon	Televizyon	2	26	15	43
		4,7%	60,5%	34,9%	100,0%
		100,0%	59,1%	27,8%	43,0%
		2,0%	26,0%	15,0%	43,0%
Gazete	Gazete	0	13	23	36
		,0%	36,1%	63,9%	100,0%
		,0%	29,5%	42,6%	36,0%
		,0%	13,0%	23,0%	36,0%
Dergi	Dergi	0	2	3	5
		,0%	40,0%	60,0%	100,0%
		,0%	4,5%	5,6%	5,0%
		,0%	2,0%	3,0%	5,0%
İnternet Sitesi	İnternet Sitesi	0	2	4	6
		,0%	33,3%	66,7%	100,0%
		,0%	4,5%	7,4%	6,0%
		,0%	2,0%	4,0%	6,0%
Total	Total	2	44	54	100
		2,0%	44,0%	54,0%	100,0%
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		2,0%	44,0%	54,0%	100,0%

Tablo 44: Deneklerin Görev Aldığı Yayın Organı ve Aldıkları Gazetecilik Eğitiminin Yeterliliğine Yönelik Çapraz Tablo

Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız? * Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum Crosstabulation

		Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız?	Cevapsız	0	0	3	3
		,0%	,0%	100,0%	100,0%
		,0%	,0%	4,3%	3,0%
	Radyo	,0%	,0%	3,0%	3,0%
		1	0	6	7
		14,3%	,0%	85,7%	100,0%
	Televizyon	50,0%	,0%	8,6%	7,0%
		1,0%	,0%	6,0%	7,0%
		1	10	32	43
	Gazete	2,3%	23,3%	74,4%	100,0%
		50,0%	35,7%	45,7%	43,0%
		1,0%	10,0%	32,0%	43,0%
	Dergi	0	15	21	36
		,0%	41,7%	58,3%	100,0%
		,0%	53,6%	30,0%	36,0%
	İnternet Sitesi	,0%	15,0%	21,0%	36,0%
		0	1	4	5
		,0%	20,0%	80,0%	100,0%
	Total	,0%	3,6%	5,7%	5,0%
		,0%	1,0%	4,0%	5,0%
0		2	4	6	
Total	,0%	33,3%	66,7%	100,0%	
	,0%	7,1%	5,7%	6,0%	
	,0%	2,0%	4,0%	6,0%	
Total	2	28	70	100	
	2,0%	28,0%	70,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
Total	2,0%	28,0%	70,0%	100,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	
	,0%	,0%	,0%	,0%	

Tablo 45: Deneklerin Görev Aldığı Yayın Organı ve Lisansüstü Eğitime Bakışlarına Yönelik Çapraz Tablo

Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız? * Yüksek Lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum Crosstabulation

		Yüksek Lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum			Total
		Cevapsız	Evet	Hayır	Cevapsız
Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız?	Cevapsız	0	3	0	3
		,0%	100,0%	,0%	100,0%
		,0%	3,9%	,0%	3,0%
	Radyo	,0%	3,0%	,0%	3,0%
		0	5	2	7
		,0%	71,4%	28,6%	100,0%
	Televizyon	,0%	6,6%	9,5%	7,0%
		,0%	5,0%	2,0%	7,0%
		2	31	10	43
	Gazete	4,7%	72,1%	23,3%	100,0%
		66,7%	40,8%	47,6%	43,0%
		2,0%	31,0%	10,0%	43,0%
	Dergi	1	27	8	36
		2,8%	75,0%	22,2%	100,0%
		33,3%	35,5%	38,1%	36,0%
	İnternet Sitesi	1,0%	27,0%	8,0%	36,0%
		0	5	0	5
		,0%	100,0%	,0%	100,0%
Total	,0%	6,6%	,0%	5,0%	
	,0%	5,0%	,0%	5,0%	
	0	5	1	6	
	,0%	83,3%	16,7%	100,0%	
	,0%	6,6%	4,8%	6,0%	
	,0%	5,0%	1,0%	6,0%	
	3	76	21	100	
	3,0%	76,0%	21,0%	100,0%	
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	3,0%	76,0%	21,0%	100,0%	

Ek 2: Anket Formu Örneği

Bu çalışma kitle iletişim araçlarının yayın anlayışının medya etiğine uygunluğu açısından değerlendirilmesi amacıyla yapılmaktadır. Sorulara verilecek yanıtlar medya etiği ile ilgili olarak hazırlanan yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Gösterilen ilgi dolayısıyla teşekkür ederim. Selahattin Çavuş...

1- Lütfen aşağıda verilen sorulara sizin için uygun cevabı veriniz.

1- Cinsiyet	1() Kadın	2() Erkek				
2- Yaşınız	...					
3- Medeni Durumunuz	1() Evli	2() Bekâr				
4- Eğitim Durumunuz	1() İlköğretim	2() Ortaöğretim	3() Lisans			
	4() Yüksek Lisans	5() Doktora				
5- Ne tür bir yayın organında görev almaktasınız?	1() Radyo	2() Televizyon	3() Gazete	4() Dergi	5() İnternet Sitesi	6() Diğer
6- Çalıştığınız kurumda hangi kademede görev almaktasınız?	1() Muhabir kameraman	2() İstihbarat Şefi	3() Haber Müdürü	4() Yazı İşleri Müdürü	5() Genel Yayın Yönetmeni	
7- Kaç yıldır gazetecilik yapmaktasınız?	...					
8- Aktif sağlık sigortanız var mı?	1() Evet	2() Hayır				

2- Lütfen aşağıda yer alan tüm maddelerden size uygun olanı X ile seçiniz.

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
9- Habercilik yapan kitle iletişim araçlarında görev alan çalışanlar gazetecilik eğitimi almalıdır	5	4	3	2	1
10-Kurumumun genel yayın politikasının etik ilkelere uygun olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
11- Kurumum tarafından belirlenen ilkelerin düzgün biçimde işletildiğine inanıyorum	5	4	3	2	1
12-Medya etiğinin genel olarak kabul görmüş kuralları bulunmaktadır	5	4	3	2	1
13- Basın Konseyi işlevini tam olarak yerine getirmektedir	5	4	3	2	1
14- Yerel düzeyde Basın Konseyi veya buna benzer bir yapılanma gereklidir	5	4	3	2	1
15- Basın Konseyi'nde görev alanların yaptırım gücü olmalıdır	5	4	3	2	1
16- Yerel medya çalışanları medyayı tartışmak amacıyla toplantılar düzenlemelidir	5	4	3	2	1
17- Kurumumda Düzeltme ve Cevap Hakkı'na özen gösterildiğini düşünüyorum	5	4	3	2	1
18- Çalıştığım basın yayın organının yayınlarda karşı görüşlere yeteri kadar yer verildiğini düşünüyorum	5	4	3	2	1
19- Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının özdenetim uygulamalarını yeterli buluyorum	5	4	3	2	1
20- Bulduğum ildeki medya kuruluşlarının kendi eleştirisini yeterli düzeyde yaptığını düşünüyorum	5	4	3	2	1
21- Görev aldığım medya kuruluşu dikkat çekecek biçimde kendi eleştirisini yayınlamaktadır	5	4	3	2	1
22- Gazeteciler, medya etiğine gereken ilgiyi göstermektedir	5	4	3	2	1
23- Medya etiği okulda değil sektörde öğrenilen bir olgudur	5	4	3	2	1
24- Türkiye'de verilen gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum	5	4	3	2	1
25- Kurumumun görev ve işlevlerini düzgün bir biçimde yerine getirdiğini düşünüyorum	5	4	3	2	1
26- Basın özgürlüğünün tehdit altında olduğuna inanıyorum	5	4	3	2	1
27- Devletin medya kuruluşlarını düzenlemeye yönelik uyguladığı yasa ve düzenlemeleri yeterli buluyorum	5	4	3	2	1
28- Medyanın kendi kendini denetleme (özdenetim) mekanizmaları yeterince işletilmektedir	5	4	3	2	1
29- Bir basın organının kendisi tarafından belirlenen etik ilkeleri bulunmalıdır	5	4	3	2	1
30- Yerel medyada görev yapan muhabirler kısıtlamalara maruz bırakılmaksın görevlerini yerine getirebilmektedir	5	4	3	2	1
31- Yayın politikalarının belirlenmesinde kamu kurumları, özel sektör ve ikili bağlantılar etkili olmaktadır	5	4	3	2	1
32- Reklâm kaygısı habercilik anlayışını olumsuz etkilemektedir	5	4	3	2	1
33- Basın yayın kuruluşları haksız çıkar ve amaçlara alet edilmektedir	5	4	3	2	1
34- Tiraj, izlenme, takip edilme vs. gibi kaygılar haber içeriklerini magazinleştirmektedir	5	4	3	2	1
35- Basın yayın kuruluşları toplumda infial ve korku uyandıracak konularda sağduyulu davranmaktadır	5	4	3	2	1
36- Yerel medya kuruluşları liyakat sahibi kişilerce yönetilmektedir	5	4	3	2	1
37- Yerel medyada iyi eğitim almış, donanımlı muhabirler görev yapmaktadır	5	4	3	2	1

38- Yerel medyada çalışan muhabirler görevini eksiksiz yerine getirebilecek teknik altyapıya sahiptir	5	4	3	2	1
39- Yerel yöneticilerin yerel medya üzerinde baskı gücü olduğuna inanıyorum	5	4	3	2	1
40- Etik standartların yükseltilmesinde okuyucu, izleyici vb. kitlenin geri bildirimlerinin katkısı olacağını düşünüyorum	5	4	3	2	1
41- Bazı ülkelerde uygulanan Medya Gözlemevi benzeri yapıların etik değerlerin korunmasına yardımcı olacağını düşünüyorum	5	4	3	2	1
42- Medya etiğine ilginin artmasının etik ihlallerde yaşanan artışa bağlı olarak gerçekleştiğini düşünüyorum	5	4	3	2	1
43- Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel araç yasa ve düzenlemelerdir	5	4	3	2	1
44- Yerel medyanın görev ve sorumluluklarını yerine getirmesinde temel görev habercinin kendisindedir	5	4	3	2	1
45- Bazı muhabirler, haber üretim sürecinde kendi kişisel çıkarları doğrultusunda hareket etmektedir	5	4	3	2	1
46- Medya çalışanlarının gelir düzeyi etik ihlallere yol açabilmektedir	5	4	3	2	1
47- Yerel medya çalışanları kamu adına görev yaptığının bilincindedir	5	4	3	2	1

3- Aşağıdaki kitle iletişim araçları sizce ne derece güvenilirdir?

	Hiç Güvenilme z	Güvenilme z	Biraz Güvenilir	Güvenilir	Çok Güvenilir
48- Gazete	1	2	3	4	5
49- Televizyon	1	2	3	4	5
50- İnternet	1	2	3	4	5
51- Radyo	1	2	3	4	5
52- Dergi	1	2	3	4	5

4- Lütfen aşağıda verilen sorulara size uygun biçimde “evet” ya da “hayır” yanıtını veriniz.

	Evet	Hayır
53- Öğrenim hayatım süresince gazetecilik eğitimi aldım	1	2
54- Gazetecilik eğitiminin yeterli olduğunu düşünüyorum	1	2
55- Yüksek lisans ve doktora eğitiminin sektörde yer alanlara katkı sağladığını düşünüyorum	1	2
56- Medya etiğine yönelik daha önce hazırlanmış bir çalışma okudum	1	2
57- Bulduğum ilde medya çalışanlarına yönelik birlik ya da sendikal yapılanma bulunmaktadır	1	2
58- Kurumum yayınlanan haberlerin geri bildirimini düzenli olarak kayıt altına almaktadır	1	2
59- Kurumumca belirlenmiş etik ilkeler bulunmaktadır	1	2
60- Çalıştığım kurumda Ombudsman (Okur Temsilcisi, İzleyicisi) bulunmaktadır	1	2
61- Kurumumda yazılı olarak belirlenmiş “yayın ilkeleri” bulunmaktadır	1	2
62- Kurumumda aktif olarak kullanılan geri bildirim mesaj kutusu veya benzeri bir araç bulunmaktadır	1	2