

T.C

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

DOKTORA PROGRAMI

GAZETEDE OKURUN YERİ; OKUR TEMSİLCİLERİ  
ÜZERİNDEN BİR OKUR ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

ÜLKÜ İLGİ ELDEM ANAR

Danışman Öğretim Üyesi:

Yrd. Doç. Dr. Erman YÜCE

İstanbul,2015

T.C  
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

GAZETEDE OKURUN YERİ; OKUR TEMSİLCİLERİ ÜZERİNDEN BİR OKUR  
ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

ÜLKÜ İLGİ ELDEM ANAR

Danışman Öğretim Üyesi:

Yrd. Doç. Dr. Erman YÜCE

İstanbul,2015

TEZ ONAY SAYFASI

TARİH: 26.05/2015

T.C. MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Ülkü İlgı ELDEM ANAR'a ait "Gazetede Okurun Yeri; Okur Temsilcileri Üzerinden Bir Okur Araştırması"

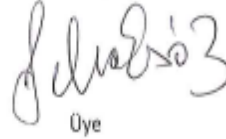
adlı çalışma, jürimiz tarafından İletişim Bilimleri

Anabilim Dalı'nda DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.



Başkan

Prof. Dr. ŞAHİN KARASAR



Üye

Yard. Doç. Dr. Selva ERSÖZ

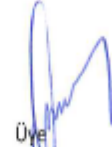


Üye

Yard. Doç. Dr. Erman YÜCE (Danışman)



Doç. Dr. Nazan Haydari PAKKAN



Üye

Doç. Dr. Osman ÜRPER

## Önsöz

Akademik gelişmem ve ilerlememde şu zamana kadar her zaman yanımda olan ve bundan sonrada desteğini, ilgisini ve bilgilerini benden eksik etmeyeceğini bildiğim çok kıymetli hocalarım Sn. Prof. Dr. Şahin KARASAR, Sn. Prof. Dr. Belma AKŞİT, danışman hocam Sn. Yrd. Doç. Dr. Erman Yüce, Sn. Doç. Dr. Selva ERSÖZ, Sn. Doç. Dr. Nazan HAYDARI PAKKAN, Sn. Doç. Dr. Özlem OĞUZHAN, ve Sn. Yrd. Doç. Dr. Aygül ERNEK ALAN ve Sn. Öğr. Gör. Mustafa KARA' ya sonsuz teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Beni en çok seven benim en çok sevdiğim, en güvenli ve güçlü sığınağım canım babam... Anne olduktan sonra emeğini, sevgisini ve tüm endişelerini çok daha iyi anladığım canım annem... Sıkıntılara ortak canım ağabeyim... Canım anneannem... Eşim, dostum, sırdaşım, hayat arkadaşım... En değerli varlıklarım Berrakçığım, Şenizciğim ve Cemilciğim... Beni ben yapan tüm arkadaşlarım ve dostlarım... Bu süreçte yanımda olduğunuz için sonsuz teşekkürler...

Ülkü İlgi ELDEM ANAR

## Özet

Günümüz medyasında gazete okuru hem gazetecilik mesleği özelinde hem de kuramsal bir bakış açısıyla yaklaşılması ve daha çok irdelenmesi gereken bir konumda bulunmaktadır. Gazetecilik mesleği ve okur özelinde yapılan araştırmaların genellikle okurun aldığı hazlar ve hangi nedenle tercihlerde bulunduğu üzerine konumlanması, okuru bir kalıp içine sokarak esas öneminin anlaşılmasına sebep olmuştur.

Bu tez, gazete okuru ile ilgili olan kuram tasarımlarının ayrıntılı bir incelemesi yapılarak, gazetede okurun hangi alanlarda, hangi özellikleri ve biçimleri ile nasıl bir yeri olduğunu analiz etmenin amaçlanmasıyla ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırma, Türkiye'deki gazete okurunun yoğun bir ilişki içinde bulunduğu okur temsilcileri ile nasıl bir paylaşımı olduğunu ve bu paylaşımın okurun sesi olabilmede yeterli olup olmadığının da belirlenmesine ve gazete okurunun gazetede yeri ve temsili üzerinden çıkarımlarda bulunulmasına olanak tanımıştır.

Tezin araştırma kısmında yer alan ve ortaya çıkışı günümüz medyasında okurun gazetede yerini ve kendini nasıl ifade ettiğini öğrenme gayesiyle Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde bulunan okur temsilcilerinin köşelerinde okura nasıl yer verildiği ve bu köşelerin hangi özelliklere sahip olduğunu ortaya koymak amacıyla yapılan bu araştırma 3 (Üç) bölümden oluşmuştur. İlk bölüm okur temsilcilerinin kendi gündemlerine ilişkin analiz, ikinci bölüm okur şikayetlerinin analizi üçüncü bölümde ise cevaplanan okur mektupları incelenmiştir.

Çalışmada söz konusu 4 (dört) okur temsilcisinin köşelerinde “2 Eylül 2013 tarihinden- 29 Eylül 2014” tarihine kadar yer alan toplam 603 (Altyüzüç) okur mektubu ve 208 (İkiyüzsekiz) okur temsilcisi köşe yazısı incelenmiştir. Araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler tablo halinde araştırmanın amaçları doğrultusunda çözümlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Okur, Gazetecilik, Okur temsilciliği.

## Abstract

Newspaper readers in today's media are in a position for more needs to be examined both in the private and the profession of journalism to approach the theoretical point of view. Located on the profession of journalism and the reader reads in the special pleasures often taken by the reader of the research , and which therefore have the choice was essentially important reason for not inserting into a mold.

This thesis made a detailed examination of the theories regarding the design of the papers , which areas of the reader in the newspaper , which is how a lot of the features and forms of analysis has emerged with the aim of factors. Studies with an intense relationship reader representatives in which the newspaper readers in Turkey allows how sharing and that this sharing reads sound may determining the whether enough is the newspaper of newspaper readers, however, the place and the inferences through representation.

The emergence of the position in the newspaper 's readers in the changing media environment and how stated that the research part of the thesis consists of the learning objective Hurriyet, Milliyet, Sabah and how the place given to readers in the corners of which reads representative of Cumhuriyet newspaper and reveals that has what features of this corner of the order 3 (three) from the section how it was formed.

The study said four (4) in the corner of the reader representative " 2 September 2013 - 29 September 2014 ' until the date Located 603 ( Altıyüzüç ) reads letters and 208 ( İkiyüzsekiz ) reads representatives columns were investigated. Content analysis technique was used in this study. The obtained data were analyzed table for the purposes of the research.

**Keywords:** Readers, Journalism, Readers' representative,

## İçindekiler

Dış Kapak.....	-
İç Kapak.....	i
Önsöz .....	ii
Özet .....	iv
Abstract .....	v
Kısaltmalar .....	x
Tablolar .....	xi
Şekiller .....	xiii
Giriş.....	1
1.TÜRKİYE’DE MEDYA ve MÜLKİYET YAPISI .....	5
1.1.Türk Basınında Sahiplik Yapısının Değişimi .....	7
1.2 Türk Medyasının 21. Yüzyıldaki Genel Görünümü .....	9
1.3 İktidarı Dengeleyici Güç Olarak Medya .....	20
1.4 Basın Siyaset İlişkisinin İçeriğe Etkisi ve Editöryal Bağımsızlık Sorunu .....	23
1.4.1 Editöryal Bağımsızlık.....	27
1.4.2 Genel Yayın Politikası.....	29
1.4.3 Genel Yayın Yönetmeni .....	30
1.4.4 Editörler.....	31
2. OKUR ÇALIŞMALARI .....	32
2.1. Ana Akım Yaklaşımlarda Okur .....	32

2.1.1 Uyarın-Tepki (Hipodermik İğne, Sihirli Mermi, Taşıma Kemerı, Kullanımlar Doyumlar).....	38
2.1.2 Matematıksel İletışim Kuramı.....	40
2.1.3. Lasswell'in İletışim Formülü .....	44
2.1.4 Kullanımlar ve Doyumlar.....	46
2.2. Eleştirel Yaklaşımlarda Okur.....	52
2.2.1. İngiliz Kùltür Araştırmaları.....	53
2.2.2. Kùltür Çalışmalarında Okur .....	56
3. GAZETECİLİK ve OKUR TEMSİLCİLİĞİ.....	64
3.1 Gazeteci Kimliğinin Tanımları .....	64
3.2 Ombudsmanlık Kavramı ve Tarihsel Gelişimi .....	67
3.3 Basın Alanında Ombudsmanlık .....	69
3.4 Okur Temsilciliğinin Tanımı ve G8revi.....	72
3.5 Okur Temsilcisinin İşlevleri.....	74
3.6 Tùrk Basınında Okur Temsilciliği .....	75
4. ULUSAL GAZETELERDE YER ALAN OKUR TEMSİLCİLERİ K8ŐELERİ ÜZERİNDEN BİR OKUR ARAŞTIRMASI.....	81
4.1 Okuyucu Tùrleri ve Araştırmaları.....	81
4.2. Y8ntem.....	84
4.3 Bulgular ve Yorum.....	85
4.3.1. Okur Temsilcilerinin Kendi Gùndemlerine İlişkin Analizi .....	87
4.3.1.1 Gazetecilik ve Etik .....	87
4.3.1.2 Gazetecilik Tùrleri.....	95
4.3.1.3 Gazetecilik Tanımı .....	98



4.3.1.4. Haber ve İmla .....	106
4.3.1.5 İnternet Gazeteciliği .....	136
4.3.1.6 Medya ve Gündem .....	141
4.3.1.7 Okur Temsilciliği .....	157
4.3.1.8 Okur.....	171
4.3.2 Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcisi Köşelerine İlişkin Genel Bulgular .....	181
4.3.3.Bölüm Okur Temsilcisinin Okur Şikâyetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz .....	198
4.3.3.1 Cumhuriyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikâyetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz .....	198
4.3.3.1.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi .....	198
4.3.3.1.2 Okuru Haksız Bulma Durumu.....	200
4.3.3.1.3 Okur- Muhabir-Okur Temsilcisi .....	201
4.3.3.1.4 Okur’u Haklı Bulma Durumu.....	204
4.3.3.1.5 Gazeteci Dayanışması .....	205
4.3.3.1.6 Orta Yol Bulma Çabası .....	207
4.3.3.1.7 Referans Mektup .....	209
4.3.3.1.8 Kısa Cevaplar .....	210
4.3.3.1.9 Okur Temsilcisinin Görev Alanı .....	211
4.3.3.2 Hürriyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikâyetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz .....	212
4.3.3.2.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi .....	212
4.3.3.2.2 Gazetenin Tanıtımı .....	213
4.3.3.2.3 Okur Temsilcisinin Cevap Verme Biçimi .....	213
4.3.3.2.4 Uzman Görüşü.....	216
4.3.3.2.5 Gazetenin Gündem Olaylarına Yaklaşımı.....	217

4.3.3.2.6 Okur Temsilcisinin Köşesine Yönelik Sitemler .....	217
4.3.3.2.7 Okurun Haklılığı.....	218
4.3.3.2.8 Okurun Yanlış Anlaması .....	219
4.3.3.3 Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikayetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz .....	220
4.3.3.3.1 Okur Mektuplarını Sunuş Biçimi .....	220
4.3.3.3.2 Haber Yazım Hataları.....	222
4.3.3.3.3 Haberin Yapan Kişiye Eleştiri.....	222
4.3.3.3.4 Haberde Takip .....	223
4.3.3.3.5 Kendi Gazetesine Övgü.....	225
4.3.3.4. Sabah Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikayetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz .....	226
4.3.3.4.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi .....	226
4.3.3.4.2 Haberde Takip .....	227
4.3.3.4.3 Haber Değeri .....	228
4.3.3.4.4 Okuru Haksız Bulma .....	231
4.3.3.4.5 Okuru Haklı Bulma .....	233
SONUÇ .....	234
KAYNAKÇA.....	251

## Kısaltmalar

**ONİ:** Uluslararası Ombudsmanlar Örgütü

**TMSF:** Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

**BDDK:** Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu

**ABD:** Amerika Birleşik Devletleri

**Tv:** Televizyon

**Vb:** Ve benzeri

## Tablolar

<b>Tablo 1.1:</b> Medya Grupları ve Sahiplik Yapıları.....	11
<b>Tablo 4.1.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Yayınlanan Okur Şikayetlerinin Analizi.....	181
<b>Tablo 4.2.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde ki Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Kaynağına Göre Dağılımı.....	182
<b>Tablo 4.3.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirileri Yapılan Haberlerin Gazetede Ne Kadar Zaman Önce Yayınlandığına İlişkin Dağılımı.....	183
<b>Tablo 4.4.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberlerin Gazetede Yayınlandığı Yer Bakımından Dağılımı.....	184
<b>Tablo 4.5.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Haberin Hangi Bölümüyle İlgili Olduğuna İlişkin Dağılımı.....	185
<b>Tablo 4.6.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Konularına Göre Dağılımı.....	186
<b>Tablo 4.7.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberi Hazırlayan Muhabirlerin Kimliklerinin Açıklanması Durumu.....	187
<b>Tablo 4.8.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Okur Temsilcileri Tarafından Habere Dahil Olan Kişilere Sorulup Sorulmadığına İlişkin Dağılım.....	188
<b>Tablo 4.9.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Okur Eleştirilerinin Yanıtlanma Durumuna İlişkin Dağılım.....	189

<b>Tablo 4.10.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Yanı Sıra Haber Eleştirilerini Yanıtlayanların Kimliği.....	190
<b>Tablo 4.11.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Yanı Sıra Haber Eleştirilerini Yanıtlayanların Okura Karşı Tutumlarına İlişkin Analiz.....	191
<b>Tablo 4.12.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerindeki Okur Şikayetleri Üzerinden Gazetenin Tutumunun Analizine İlişkin Değerlendirme.....	192
<b>Tablo 4.13.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan okur şikayetleri İlgili Gazetelerde Kimler Tarafından Eleştirildiğine İlişkin Dağılımı .....	193
<b>Tablo 4.14.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan Haberlerin İlgili Gazetelerde Ne Kadar Zaman Önce Yayınlandığına İlişkin Dağılım.....	194
<b>Tablo 4.15.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan Haberlerin Gazetenin Hangi Sayfasında Yer Aldığının Belirtilip Belirtilmeme Durumuna İlişkin Analiz.....	195
<b>Tablo 4.16.</b> Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Okurdan Gelen Eleştirisi Yapılan Okur Şikayetlerinin Haklı Bulunma Durumuna İlişkin Analiz.....	196
<b>Tablo 4.17.</b> Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberi Hazırlayan Muhabirlerin Kimliklerinin Açıklanması Durumu.....	197

## Şekiller

<b>Şekil 1.1:</b> TV İzlenme Oranlarına Göre Grupların Sektör Payları.....	18
<b>Şekil 1.2:</b> Gazete Satış Rakamlarına Göre Grupların Sektör Payları .....	19
<b>Şekil 2.1.</b> Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Modeli.....	41
<b>Şekil 2.2.</b> Lasswell'in İletişim Formülü .....	45

## **Giriş**

İletişim biliminin temelini atan yaklaşımların tarihi çok eskilere dayanmamaktadır. 1920’li yıllarla birlikte başlayan ilk çalışmalar disiplinler arası bir yapıda olup daha çok fizik, matematik, sosyoloji, kimya, antropoloji, dilbilimi kamu yönetimi gibi alanlarla ilgili çalışan akademisyenlerin bakış açılarıyla şekillenmiştir.

1930’lu yıllarla birlikte sosyologların ve kültürel antropologların çalışmalarıyla zenginleşmeye başlayan iletişim bilimi bir süreç olarak tanımlanmaya başlamıştır. Gönderici-mesaj ve alıcıdan oluşan bu süreç insan ilişkilerinin kitle iletişim aygıtlarıyla nasıl bir ilişkide olduğunu incelemeyi odak noktası haline getirmiştir.

İletişim sürecinin önemli bir halkası olan alıcının iletişim sürecindeki yerinin yapılan kitle iletişim araştırmalarında çok önemli bir aktör olduğu gözlemlenmektedir. Ana akım yaklaşım içinde yer alan araştırmalara yön veren temel soru hedef (alıcı) üzerindeki etki ve bu etkinin ölçülmesi olmuştur. Bu amaçla iletişim alanında yapılan araştırmalar Lasswell’in modeli çerçevesinde sınıflandırıldığında ilk yapılan araştırmaların daha çok kaynak, mesaj ve kanal üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Kaynak, mesaj ve kanal üzerine yapılan araştırmalarla “kaynağın oluşturduğu etkili mesajların en uygun kanalla alıcıda amaçlanan etkiyi gerçekleştirmesinin koşulları” ortaya konmaya çalışılmıştır. Ana akım Yaklaşım kapsamında yapılan bu araştırmalarda genel anlamda alıcı edilgen bir konumda görülmüş, araştırmalarda alıcıların “ne kadar” etkilendiği sorusunun yanıtı ile yetinilmiştir.

Gerek ana akım yaklaşımda gerekse eleştirel yaklaşımda alıcı etkin ve edilgen olarak nitelendirilerek etki araştırmasının baş aktörü haline gelmiştir. Edilgen izleyici yaklaşımında alıcıların medyanın kendilerine gönderdiği metinleri ve iletileri olduğu gibi alımladıkları düşünülürken, Etkin izleyici savında ise alıcı sadece alımlayan

değil aynı zamanda kendi beklentileri doğrultusunda yorum yapabilen, gündelik yaşamlarında edindiği bu bilgileri kullanabilen bir konumda tanımlanmıştır.

İletişim çalışmalarında yapılan analiz ve değerlendirmeler alıcıyı izleyici olarak sınıflandırmış ve kuramsal yaklaşımlarda da alıcı izleyici olarak kısıtlı bir alana hapsedilmiştir. Yapılan çalışmalar çoğunlukla izleyici etkinliği açısından bakıldığında izleyicinin neyi nasıl kullandığını ve nedenini ölçmeyi amaçlayan “Kullanımlar-Doyumlar” yaklaşımı ile eleştirel paradigma çerçevesinde yapılan alımlama çözümlenmeleri ile açıklanmaya çalışılmış olduğu gözlemlenmektedir. İzleyici.alıcı kuramları adı altında toplanabilecek olan ve merkezine izleyiciyi alan araştırmalar, televizyonun geniş kitleler üzerindeki etkisini ortaya koyma çabalarıyla ivme kazanmıştır. Sinema ve televizyonun kitleler üzerindeki etkisi, kitlelerin kaynaklar (devlet, sektör vb.) tarafından oluşturulan iletilere (haberler, filmler vb.) verdikleri tepkilerin araştırılması sonucunda alıcı/izleyicinin birbirinden çok farklı özelliklere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Farklı ülkelerde, farklı kültürlerde yapılan araştırmalar alıcı/izleyicinin homojen bir kitle olarak ele alınamayacağını ortaya koyarken, bu farklılıklar kaynak, ileti ve kanal üzerine yapılan araştırmaların da yeniden değerlendirilmesi gereğini ortaya koymuştur.

Okur üzerine yapılan çalışmalar genellikle okuryazarlık kavramıyla ilişkilendirilerek bu durumun medyada nasıl yer aldığıyla ilgili olmaktadır. Adnan Altun’un “Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve öğretim” isimli doktora çalışmasında bu konuya derinlemesine değinilerek medya okuryazarlığının önemi tartışılmakta ve nasıl yapılması gerektiğinden bahsedilmektedir. Ebubekir Çakmak tarafından yapılan bir diğer çalışmada ise İngiltere ve Türkiye’de ki medya okuryazarlığı karşılaştırılarak bir durum analizi yapılmıştır.

Gazete okuru üzerine yapılmış çalışmalara örnek vermek gerekirse Ziya Güveli’nin “Kırsal kesimde gazete okuma alışkanlıkları” isimli doktora çalışmasının okurun istek ve beklentilerini belirleyen faktörleri incelenmiştir.

Bir diğer örnek ise fatih bayram tarafından Bireylerin gazete okuma alışkanlıkları: Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre okuyucu davranışları, tercihleri ve nedenleri üzerine bir uygulama” isimli doktora çalışmasıdır. Bu çalışmada gazete okurunun motivasyon ve tercih mekanizmasının nasıl işlediği ve etkileyen faktörler incelenmiştir.



Okur mektupları üzerine yapılmış çalışmada ise Susana M. Sotillo ve Dana Starace'in "Political discourse of a working class town" isimli makalesinde editöre gelen okur mektuplarıyla nasıl toplumsal bir olayın kitlelere duyurulduğu ve bu durumun okurların gözünden yapılmasının önemine değinilmektedir.

Yeni yeni yapılmaya başlanan Online platformda okur üzerine yapılan çalışmalarda ise "internet gazeteciliğinde interaktifleşen okur üzerine bir alan araştırması" isimli doktora çalışması ile Hülya Semiz Türkoğlu yeni iletişim ortamlarında okurun katılıma dikkat çekerek bu alanı zenginleştirmeye çalışmıştır.

Okur temsilciliği üzerine yapılan araştırmalar ise Hakan Aşkan tarafından yapılan "Türk basınında okur temsilciliği: Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri okur temsilcisi köşeleri üzerine bir araştırma" isimli doktora çalışmasında etik standartlarla ilgili durumun tartışılarak analizi biçiminde verilmiş olup bu alan için öncü çalışmalardan sayılmaktadır.

Değişen medya düzeni içinde iletişim sürecindeki alıcının izleyiciye odaklanarak açıklanmaya çalışılması önemli bir kitle iletişim aracı olan gazete ve gazete okuruna ilişkin büyük bir alan eksikliği ortaya çıkarmıştır.

İçinde bulunduğu toplumsal yapı ve yaşam ile ilişki ve iletişim kurma zorunluluğu içinde olan günümüz bireyinin, bu amacı gerçekleştirmede kullanabileceği araç sayısı sınırlı olmaktadır. Bu araçların başında kitle iletişim araçları gelmektedir. Birçok işleve sahip olan kitle iletişim araçlarının en eskisi ve kurumsallaşmasını en önce tamamlamış olanı ise gazetedir. Gazete, özellikle de yerel gazete birçok toplumsal işlevi yerine getirmekte, bir diğer ifadeyle, birçok toplumsal gereksinimi karşılamaktadır.

Tarihsel olarak yazılı eserleri ve gazete, dergi vb. yazılı medyayı takip eden okurun geçmişi daha eski olsa da iletişim kuramları açısından alıcıya ilişkin kuramların daha çok izleyici merkezli olarak ortaya çıktığını söylemek mümkündür.

Okura ilişkin edebiyat alanında çok geniş bir literatür olmakla birlikte farklı bir okur türü olarak medya okuru açısından bakıldığında izleyiciye ilişkin yapılan araştırmaların daha ön planda olduğu görülmektedir. İzleyici ile okur arasındaki farklılıklara karşı her ikisinin de medya ürünlerini kullanan kişi olması nedeniyle

okur'a ilişkin araştırmalarda, edebiyat alanının okur kuramlarından çok, izleyici kuramlarından yararlanmak daha açıklayıcı bir ereve sunmaktadır.

Gazete okurunun gazete içinde bir yeri olup olmadıđını ve bu yerin okurun duygu ve dūřuncelerine ne kadar yer verdiđini ortaya koymayı amaçlayan bu tez; yazılı medya űrűnlerini takip eden okur űnemli bir kitle iletiřim aracı olan gazetenin sűrelerinde nasıl bir yer kaplamaktadır? İletiřim sűrelerine hangi űzellikler ile katılım sađlamaktadır? Kendini nasıl ifade etmektedir? Diđer medya çalıřanları tarafından nasıl gűrűlműř ve sűre içinde bir yere sahip olabilmifimindir? gibi soruları dikkate alarak bugűnkű gazete okurunu anlamaya ve okurun bazı űzelliklerini ortaya koymaya çalıřmaktadır.

Literatűr tarama sonucu okura iliřkin yapılan kuramsal ve ampirik çalıřmalara bakıldıđında arařtırmacıların ilk űnce okur tűrleri űzerine yođunlařtıđı ve bu çalıřmalarda genel olarak okurların gazete okuma nedenleri ve motivasyonları űzerinde durulduđu ortaya çıkmıřtır. Çođunlukla da kullanımlar doyumlar yaklařımından faydalanılarak yapılan bu arařtırmalar okuyucunun iletiřim sűrecindeki űnemli varlıđını űnemsemeden sadece aldıđı hazlar ve kararları űzerinden okuru arařtırmıř ve tanımlamıřtır.

Bu tez řu ana kadar okur űzerine yapılmıř çalıřmalardan farklılařarak okurun hem kitle iletiřim araçlarından hem de iletilerden ne űlűde etkilendiđi űzerinden deđil bu durumun tam aksine, hem iletiyi hem de aracı hangi űzellikleri ve fonksiyonlarıyla etkilediđi űzerine konumlanmıřtır. Okurun űnemli bir kitle iletiřim aracı olan gazetede hem içeriđe hem de kendi gűrűřlerini dillendirebilmesi için yeterli dűzeyde sűz sahibi olup olmadıđının belirlenebilmesi açısından kendi alanında űncű bir çalıřma olacađı dűřűnűlen bu tez okur temsilciliđi kavramını ve okur temsilciliđi gűrev alanı űzerinden okurun sorunlarına ulařmaya çalıřmıřtır.

Okura iliřkin yapılacak çalıřmalar aracılıđıyla okurun űzelliklerinin ortaya çıkarılması bir dizi bařlıkta űnemlidir.

Tez çalışmasının temel amacını, okurun gazetede bir yerinin olup olmadığının ortaya çıkarılması oluşturmaktadır. Bu amaca yűnelik olarak gazetelerdeki okur temsilcilerinin temsil gűrevlerini nasıl yerine getirdikleri de araştırmanın bir diğer amacını meydana getirmektedir.

Okurun gazetede ki katılımının ölçülmesiyle birlikte diğer gazete aktörlerinin birbirleriyle ve okurla olan ilişkisinin ortaya konması da tezin bir diğer amacını oluşturmaktadır.

Bu amaçlar doğrultusunda tez okur temsilcilerinin okura yaklaşımlarını ortaya koyan köşelerini inceleyerek 3 (Üç) temel araştırma alanına ve bu alanlara ilişkin bir dizi alt soruya yanıt aramaktadır. Bu araştırma alanları;

### **1.Bölüm: Okur temsilcisinin kendi gündemine ilişkin analizi:**

Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetesi okur temsilcileri üzerinden yapılan araştırmanın bu ilk bölümünde okur temsilcilerinin köşelerinde yer alan okur mektupları haricindeki kendi gündemlerine ait yazılar ele alınmış ve hangi konular üzerine yazılar yazıldığı, ne kadar yer ayırdıkları gibi tutum ve davranış biçimleri incelenmiştir. Araştırmanın bu kısmı okur temsilcilerinin, okurun görüşleriyle kendi görüşleri arasında ne denli benzerlikler ve farklılıklar olduğunu, gazetenin sahiplik yapısıyla nasıl bir ilişki içinde olduklarını, gündem olaylarıyla kendi gündemleri arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek açısından çok önemli bir çalışmadır.

### **2.Bölüm: Okur temsilcisi köşesinde yer alan okur şikayetlerinin analizi**

Araştırmanın ikinci bölümünde okur temsilcileri köşelerinde okur şikayetlerine yer verme durumları incelenmiş ve çeşitli kategorilerle sayısal veriler ışığında çıkarımlara ulaşılmıştır. Bu çıkarımlar okurun gazetede sesini yeterli bir şekilde duyurabileceği bir alana sahip olup olmadığının ortaya konabilmesi açısından gerekli görülmüş ve tablolar ile ortaya konmuştur.

### **3. Bölüm: Okur temsilcisi tarafından cevaplanmış okur mektuplarının analizi**

Okur temsilcileri köşelerinde yer alan okur mektuplarından cevaplananlarının analizinin yapılması aslında cevaplanmayan okur mektuplarının hangi özelliklerde olduğu ve hangi konuların es geçildiğinin ortaya konması açısından çok büyük bir öneme sahiptir. Cevaplanmayan okur mektuplarının hangi konularda olduğunun ortaya konmasının önemi, okurun kendisini ifade edebilme özgürlüğünün ne denli olduğunun tanımlanabilmesi adına çok önemli bir veri olarak kullanılmıştır. Aynı zamanda okur temsilcilerinin genellikle hangi okur şikayetlerine cevap verdikleri ve

nasıl bir tutum sergiledikleri üzerinden de okura verdikleri değer ve önem ortaya konulmuştur.

Çalışma, Türkiye'deki ulusal, günlük, ticari, kitle gazetelerindeki okur temsilcisi köşelerinin okura ilişkin bazı özelliklerin ortaya konması amacıyla incelenmesine dayanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nicel durum saptayıcı bir araştırma yapılmıştır. Ampirik araştırma kapsamında okur temsilcilerinin fiziksel gazetelerde kendilerine ayrılan bölümde yazılanlar temel veri alanı olarak belirlenmiştir.

Türkiye'de 1999 yılında başlayan okur temsilciliğinin ulusal gazeteler içinde 4 tanesinde uzun soluklu denebilecek bir periyotta yürütüldüğü anlaşılmaktadır. Bu nedenle araştırmada Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcilerinin incelenmesi kararlaştırılmıştır. Tez kapsamında adı geçen gazetelerin 01.09.2013 ve 01.09.2014 tarihleri arasında yayımlanan nüshalarındaki 4 (dört) okur temsilcisinin 603 (Altyüzüç) okur şikayeti ve 208 (İkiyüzsekiz) yazısı örneklem olarak belirlenmiş ve incelenmiştir. İlgili yazılar araştırma soruları çerçevesinde değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır.

Okur temsilciliğine ilişkin yapılan ampirik araştırmayla araştırma sorularının yanıtlarını arayan çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Tezin birinci bölümünde medya ve mülkiyet ilişkisi ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde incelenirken, okur temsilciliğinin Türkiye'de yapılmaya başlandığı 1999 yılından yola çıkarak 2000'li yıllarda medyanın değişimi ve dönüşümü ele alınmıştır.

Tezin ikinci bölümünde okuru daha iyi anlayabilmek için bugüne değin ortaya konulan okur kuramlarına ve kuramcıların görüşleri değerlendirilmiş ve tez konusuyla bağlantılı olabileceği düşünülen çeşitli yaklaşımlara yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise ombudsmanlık kavramının literatüre girmiş tanımı ve dünya uygulamaları ayrıntılı olarak anlatılırken üçüncü bölümün ikinci kısmında bu çalışmanın esas konusu olan okur temsilciliği kavramı Türkiye genelinden örneklerle anlatılmaya çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde tez kapsamında gerçekleştirilen ampirik araştırmadan elde edilen bulgular hem metinler hem de tablolar halinde sunulmuştur.

Sonuç bölümünde ise tezde yer alan tüm bölümlerin özet bir aktarımıyla birlikte araştırma sonucunda okur hakkında ortaya çıkan veri ve bulgular paylaşılmış ve bir öneride bulunulmuştur.



## 1.TÜRKİYE'DE MEDYA ve MÜLKİYET YAPISI

Günümüz dünyası ve medyanın içinde bulunduğu durum hem gazetecileri hem de toplumda yaşayan kişileri sürekli bir baskı içinde yaşamaya mahkum kılmaktadır. Bu baskı toplum üzerindeki etkisini medya üzerinde yaratılmaya çalışılan bir baskı ortamıyla hissettirirken aynı zamanda medya çalışanlarının üzerinde de bir baskı alanı yaratarak hem kendi mesleki değerlerini hem de topluma olan görevlerini yaralamaktadır. Gazetecinin bu çıkmazı kimi zaman boyun eğmesine kimi zamanda karşı gelerek çalıştığı gazete, televizyon, dergi, radyo vb. medya araçlarından soyutlanmasına ve ötekileştirilmesine neden olmaktadır. Ötekileştirilmek istemeyen medya çalışanları bu basın-iktidar ilişkisine ve gücüne boyun eğerek rızası altına girmekte ve meslek etik ve değerlerini yaşamsal ihtiyaçlar için görmezden gelmektedir.

Günümüz medyasının içinde bulunduğu bu durum hem medya çalışanlarını hem de toplumu bir baskı düzeni içinde düşünmeye ve tek tipleşmeye götürmektedir. Bir toplumun bağımsızlığa, refaha, etik ve adil bir yönetime duyduğu ihtiyaç aynı şekilde medya çalışanlarının da mesleklerini adil, tarafsız ve bağımsız bir biçimde yapabilmek için duydukları ihtiyaçlarla paralel gitmektedir.

Medya araçları sermayedarlar için bir kar ve güç sağlama aracına dönüşürken iktidar olan veya egemen olmak için çaba veren siyasi oluşumlar için de hem toplumu manipüle etmek hem de medyayı yönlendirerek kendi taraflarına çekebilmenin önemli bir ayağı haline gelmiştir.

Günümüz medya dünyasının durum analizi yapılmaya kalkıldığında çeşitli yaklaşım ve kuramlardan faydalanarak açıklamak daha temeli olan bir yaklaşımı

oluşturmaktadır. Bu tez özelinde de medyanın günümüzdeki durum ve yapısı ağırlıklı olarak ekonomi politik durumu ile açıklanmaya çalışılmış ve betimlemeler bu sorun alanıyla ilgili yapılmıştır.

Belsey ve Chadwick'in hem medyanın hem de toplumun içinde bulunduğu bu düzeni anlayabilmek için sorguladığı aşağıdaki sorusu ekonomi politik yaklaşımın esas uğraş alanını oluşturmaktadır.

Dünyanın ve insanların karşı karşıya bulunduğu temel sorunlarla ilgili bilgi ve haberin yayılması ve tartışılması demokratik hassasiyetin gelişmesi ve demokratik eylemlerin gelişmesi için insanların ortak sorunları hakkındaki bilgi ve haberin yayılması ve tartışılması bir zorunluluktur. Çünkü biliyoruz ki, demokratik hassasiyet ve eylemler olmazsa sorunlar çözülmeyeceği gibi, daha da artacaktır. Barışın refahın ve ilerlemenin gelişmesine katkıda bulunmak için şimdi medyanın elinde büyük bir fırsat var. Acaba medya bu fırsatı iyi değerlendirebilecek mi? (Belsey ve Chadwick, 1998:16).

Gazetecilik açısından bakıldığında ekonomik politik yaklaşım medyanın iktidar ve siyasi güçlerle olan ilişkisini incelemekte ve bunun altında yatan nedenleri bulmaya çalışmaktadır. Medyanın içinde bulunduğu durumun analizini yaparken çeşitli sorun ve soru alanları üzerinden giderek sahiplik yapısı, çeşitli gruplarla olan ilişkisi, medya çalışanlarının içinde buldukları durum ve editöryal bağımsızlık gibi çeşitli konu başlıklarını eleştirel bir gözle inceleyerek çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu ve buna benzer sorun alanlarını çalışan araştırmacıların sık sık kullandıkları ekonomi politik yaklaşım haberin siyasi taraflarla ilişkisini medya kuruluşlarıyla sermaye yapılarının arasındaki ilişki ile birlikte açıklamaya çalışmaktadır. Hem medya kuruluşunun içinde bulunduğu yapılanma şeklini hem de mevcut medya kurumu tarafından hazırlanan mesaj ve iletilerin oluşturulma ve yayılma sürecindeki sistemi anlamaya çalışan ekonomi politik yaklaşım çoğunlukla okura değil mesajın kendisine odaklanmaktadır (Arık, 2006:43).

Medyanın esas görevinin iktidarı denetlemek ve gerçekleri ortaya olduğu gibi nesnel ve tarafsız sermek olduğu düşünüldüğünde bu düşünce ve görev tanımının ne kadar geçerli olduğu basındaki ilk sanayileşme hareketinden günümüze değin sayısız araştırmacı tarafından sorgulanmıştır.

Bu bölümde günümüz medyasının içinde bulunduğu durum, sahiplik yapısı ve medya çalışanlarının ve medya kuruluşlarının bağımsızlığı özelinde incelenmiş ve hem tarihsel bir sürecin anlatımı ile hem de günümüz medyasının oluşumunun dinamikleri üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır.

### **1.1.Türk Basınında Sahiplik Yapısının Değişimi**

Türk medyası içinde basının sahiplik durumu çeşitli değişimlere uğramıştır. Tarihsel bir sıra ile bu değişimlerin neden ve nasıl olduğunu incelemek çalışmanın araştırma kısmında ve genel anlam bütünü içinde çok yararlı olacağı düşünüldüğünden, tezin bu bölümünde basının sahiplik yapısındaki değişimler konu edilmiştir.

Tarihsel süreç içinde Osmanlı döneminde önceleri devlet tarafından çıkarılan gazeteler daha sonraları girişimciler tarafından çıkarılan gazetelere yerini bırakmış ancak bu durum basında sansür ile kısıtlanmıştır. Gazetecilik mesleğinin yeni yeni ortaya çıkmasıyla gazete çalışanları ve yazarlar gazetecilikten gelmeyen kişiler, gazete haberleri ise çoğunlukla siyasi temelli haberler olmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslaşma sürecine gelindiğinde ise basının yeri genellikle burjuvaziye mensup kişilerin gazete sahibi olmaları ile oluşmaya başlamış ve bu kişilerin gazetenin hem içeriğine hem de biçimine karışan başyazarlar olarak karşımıza çıkmasıyla devam etmiştir. Bazı yayın kuruluşları ise birden çok kişi tarafından yönetilmekte ve bu kişiler temelde aynı görüşe sahip kişilerden oluşmaktadır. Bu ortaklıklar görüşlerde bir değişme, farklı bir tarafa kayma gibi nedenlerle son bulmakta yerini yeni oluşumlara bırakmaktadır. Biçimsel olarak yazıların içeriğine bakıldığında ise edebi ağırlıklı yazıların, başyazarların genellikle edebiyatçı olmalarından kaynaklandığından söylenebilir. Bu edebi biçim siyasi görüşlerle temellendirilerek ortaya dönemin yazıları çıkmıştır (Adaklı,2006:107-108).

Cumhuriyetin kurulmasından 2. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar geçen dönemde gazeteci.patron geleneği devam etmiştir. 40'lı yılların sonunda Demokrat Parti iktidarı ile birlikte sahiplik yapısında değişim meydana gelmeye başlamıştır.1950'li



yıllardan sonra işadamlarının gazeteleri bir iş kapısı olarak görmesi ile birlikte Türk basın dünyasında yeni bir dönem başlamıştır (Adaklı 2006:132).

1980 yıllarında iş adamlarının basına yönelmeye başlamasıyla birlikte Simavi ailesi (Hürriyet), Karacan ailesi (Milliyet), Yunus Nadi (Cumhuriyet) aileleri gibi gazeteci kökenli basın ailelerinin yerini Sefa Kılıçoğlu ( Yeni Sabah), Habib Edip Törehan (Yeni İstanbul), Kemal Ilıcak (Tercüman) gibi iş adamları almıştır.

Basın alanındaki bu gazeteci patrondan iş adamı patrona geçiş daha önceleri olan gazetelerin başyazarlarıyla anılma durumunu sahiplik yapısına çevirerek gazetelerin sahipleriyle anılmasına yerine bırakmıştır.

Gazeteciliğin kendi düzeni içindeki bu yapı, yan kuruluş ve unsurlarla birleşerek bir bütün haline gelmiştir. Matbaa bu düzenin en önemli parçasıdır. Gazete sahipleri olan iş adamları aynı zamanda çok fazla maliyeti bulunmayan matbaacılığa da el atarak kendi gazetelerini kendileri basma yoluna gitmişlerdir. Babadan oğula geçen gazetecilik böylelikle aile şirketi haline dönüşmüştür.

Tüm bu değişim ve gelişimler ortaya koymaktadır ki tekelleşme olgusu kendini medya ve basın alanında iyiden iyiye hissettirmekte birden fazla yayın organına sahip olan basın sahipleri gazeteyi haber verme aracı olarak değil, bir fikri yayma ve meta olarak kullanmaya başlamışlardır. Bunun sonucunda da medyanın toplumsal fayda sağlama görevi sekteye uğramıştır (Gezgin, 2008:21).

Yukarıda bahsedilen bu tekelleşme ve yoğunlaşma durumu Türk basını üzerinde etkisini giderek arttırmıştır. Siyaset dünyasındaki değişimler medya yapısını da etkilemiş, neticesinde gazeteci patronların iş adamları haline gelmeleri ile de siyaset – medya arasındaki ilişki iç içe geçmiş bir hale dönüşmüştür. 1980 ve 90 yıllarında meydana gelen değişim Türkiye’de de hissedilmeye başlanmış ve medya bu değişimden etkilenecek giderek daha ticari bir hale bürünmüştür.

80’li yıllar ile birlikte medyanın bu ticarileşme süreci medyada holdingleşmeye sebep olmuştur. Bu holdingleşmenin tek sebebi maddi getiriler değildir. Holdingleşen medya patronları kitleleri etkileyebilme, istediğini empoze edebilme, rakiplerine karşı önde olabilme gibi güçlere sahip olmayı hedeflemiştir.

Medya alanındaki bu yeni sisteminin ortaya çıkmasının nedeni ise devlet teşvikleri, medyayı kullanarak reklam yapma ve pazarlama faaliyetlerini arttırmadır (Özsever, 2004:123). Hem ekonomik hem de siyasi gelişmeler holding patronlarını başka birinin eliyle hizmet almaktansa hem hizmet veren hem de tekel olan bir yapının içine sokmuştur. Basın alanında holdingleşen kuruluşlar bu durumun sayesinde hem kendi pazarlama ve reklamlarını yapabilmekte hem de ticari ve siyasi çıkarlarını elde edebilmiştir.

1990'lı yıllara bakıldığında ise bu sahiplik ve tekelleşme durumu daha da ileri giderek çapraz tekelleşmeye yerini bırakmış gazete sahipleri matbaalardan sonra televizyonlara da el atmışlardır. Bu dönemin ardından medyada bu çapraz tekelleşme dönemi de son bularak belirli sayıdaki holdinglerin egemenliği altında kalınan bir döneme girmiştir.

Bu dönemde medya genel anlamıyla medya alanı dışında faaliyet gösteren kişi ve holdinglerin kontrolü altına girerek geleneksel basın anlayışıyla yönetilme ve haber üretme görevinden geri kalmıştır. 1998 yılı itibarıyla bu sayı 5 (beş) medya grubu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu beş medya şirketi Türk medyasının %80' ine sahip olarak genel geçer söylemi yaratmaya çalışmakta olup günümüz medyasının temelini oluşturmuştur. Bu beş medya holdingi; Uzan, Doğan, Sabah, İhlas ve Aksoy'dur. Bu önemli holdingler günümüzde toplumsal ve siyasal değişimlerle birlikte yeniden bir değişime girerek egemenliklerini yitirmiştir (Uluç, 2003:290). 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz ile gazete sahipliğindeki bu sahiplik yapısı yerini çeşitliliğe bırakarak gazete sahipliğinde farklı bir ideolojik yapılanmaya neden olmuştur.

## **1.2 Türk Medyasının 21. Yüzyıldaki Genel Görünümü**

Türk medyasının tarihinde 2000'li yıllar medyanın içinde bulunduğu bu karmaşıklığı açmaya çalıştığı dönemler olarak adlandırılmaktadır. 2001 yılında yaşanan krizle birlikte medyayı elinde bulunduran bu holdinglerin bazılarını Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) el koyarak dağıtmıştır. Bu durum başka bir sorunu ortaya çıkararak tüm bu medya organlarının devletin yönetimine geçmesi konu olmuştur.

Bankalara el koyma ile başlayan bu dönem medya şirketleri ile devam etmiş yönetim devletin elinde kalmıştır. Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) devrolan medya kuruluşları güçlerini kaybetmişlerdir. El değiştirme yoluna giden diğer kuruluşlar ise yayın hayatlarına devam ederek yeni medya holdingleri oluşturmuşlardır.

2005 yılından itibaren ihale yoluyla satılan 2000'li yılların medya holdingleri (Sabah, Çukurova, Uzan, İhlas) yeni sahipleri ile yayın hayatlarına devam etmişlerdir. Bu değişimlerle birlikte 2004 yılında Uzan grubunun elinde bulunan tüm varlıklara el konulmuş, televizyonu Aydın Doğan, gazeteyi de başka bir iş adamı almıştır. Sabah grubunun sahibi Bilgin 2003 yılında BDDK'nın varlıklarına el koymasıyla medya sektöründen çekilmiştir. Sabah grubu Çalık grubu tarafından satın alınmış, yeni düzen, yeni hükümete yakın iş adamlarının medya holdinglerini alarak iktidara yakın medya yapısı oluşturmalarına neden olmuştur.

Doğan medyasının durumu ise bu düzen içinde ilk önceleri kendini ayrı tutmaya çalışması ve her kesim ile yakın ilişkiler kurmasıyla bir süre idare etmiş ama nihayetinde iktidar ile anlaşmazlığa düşmekten kurtulamamıştır. Bu sırada Çukurova Grubuysa Digitürk'ün %46 hisselerini devrederek, İhlas grubuysa bu dönemde ellerinde bulundurduğu TGRT TV ve Huzur Radyo'yu uluslararası bir medya devi olan Murdoch'a satarak küçülmüştür.

2014 yılı itibarıyla TMSF'nin eline geçen veya satış yoluyla el değiştiren medya gruplarına yenileri de eklenerek çeşitli değişimler ve atılımlar meydana gelmiştir.

Tüm bu anlatılanlar ortaya koymaktadır ki 2001 yılı Krizi sonrasında yaşanan tüm bu gelişmeler medya holdinglerinin dağılmasına neden olmuş dolayısıyla iktidar medya yönetimini gerek kendi eline gerekse kendisine yakın işadamlarının eline vererek medyanın tarafsızlığını bertaraf etmiştir. Bu değişimi göstermek amacıyla aşağıdaki tabloya bakılabilir.

**Tablo 1.1: Medya grupları ve sahiplik yapıları**

Grup İsmi	Televizyon, Radyolar ve İnternet	Basın	İletişim	Yayıncılık ve Dağıtım	Haber ajansı ve Prodüksiyon	Banka ve Finans	İnşaat	Sanayi	Lojistik	Hizmet Enerji	Diğer
<b>Albayrak Holding</b>	*Tv Net *www.yenisafak.com.tr	-Yeni Şafak Gazetesi -Derin Tarih Dergisi					Albayrak İnşaat	*Tümosan *Ereğli Entegre Tekstil Fabrikası *Varaka (Kağıt)	*Trabzon Limanı *Albayrak Araç kiralama *Albayrak Personel taşıma *Nakil Lojistik *Mogadişu Liman İşletmeciliği	*Albil Merkezi Hizmetler *Yeşil Adamlar Atık Yönetimi *Personel Hizmetleri Kuvve Enerji	*Marmaris Turizm Tesisi *Didim Turizm Tesisi *Kümbet Turizm Tesisi
<b>Acun Medya</b>	Tv 8 Shop 90 Tv 8 int Acunn.com · Sekiz.com										
<b>Al Jazeera</b>	Cine 5,										
<b>Ciner Grubu</b>	*Habertürk *Bloomberg HT  *Show TV	Gazete Haberturk		*HaberTurk Gazetecilik ve Matbaacılık	*Ciner Medya Yatırımları *Yapım Filmcilik			Park Holding	* Ciner Hava Taşımacılığı A. Ş. *Havaş Turizm	*Park Termik *Park Teknik *Eti Soda *Park Elektrik *Silopi Elektrik *Park Toptan Elektrik *Konya Ilgın Elektrik *Kazan Soda Elektrik *Park Tıp Sağlık	
<b>Çukurova</b>	*Digitürk *iz *Lig tv *Türk Max		*ATEL *AZERCELL *GEOCELL *GLOBALTOWER *HOBİM			*Bcp	*Baytur		*Atkasan *Cımsatas *Çukurova İnşaat *Çukurova	*General Energy	

			*İNTELTEK *KCELL *KVK *LİFE: ) *Mileni.com *Moldcell *Turkcell *Superonline *topaz						Müşavirlik *Çukuova ziraat *Kaplamin *Noksel *Ova *Selkasan		
<b>Doğan</b>	TV2 Dream Tv Radyo D Slow türk Cnn türk radyo İnDHouse D-smart Kanal d romanya Euro D Hürriyetaile.com Mahmure.com Radikal.com Medya.net Yenibiris.com Ekolay.net KanalD.com.tr NetD.com Yakala.co Bigpara.com	Fanatik Hürriyet Daily News Tme Doğan Egmont		Doğan Kitap Dergi pazarlama ve planlama Doğan Tanıtım Doğan Printing Center D&r	Doğan Haber Ajansı Kanal D home video Doğan Müsic Company	Dd Mortgage	Doğan Factoring Milpa	Doğan Dış Ticaret Çelik Halat Ditaş Doğan Organik Ürünler		Doğan Enerji	Milta
<b>Doğuş</b>	NTV STAR CNBC-e NTV Spor NTV Spor Smart HD KRAL TV e2 NTV Radyo Capital Radio Türkiye Kral FM Kral Pop Ntv.com	Vogue Türkiye GQ Türkiye National Geographic Türkiye National Geographic Kids Robb Report CNBC-e Dergi		NTV Yayınları		Garanti Bankası	DOĞUŞ İNŞAAT VE TİC. A.Ş. Doğuş GYO	Doğuş Otomotiv		Ayson Geoteknik ve Deniz İnşaat A.Ş. Doğuş Enerji Üretim ve Tic. A.Ş. (Artvin HES) Boyabat Elektrik Üretim ve Ticaret A.Ş. Aslancık	Doğuş Turizm Grubu Doğuş Perakende D-Marin Marinalar Grubu

	Ntvspor.net Oley.com Cnbce.com tyyo										Elektrik Üretim A.Ş. Doğuş Enerji Toptan Elektrik Ticaret Anonim Şirketi
<b>Sancak Holdin</b>	Star tv www.star.com.tr	Star gazetesi									
<b>Turkmedya</b>	360 Alem fm Lig tv	Akşam Güneş Alem Platin									
<b>Turkuvaz Medya Grubu</b>	atv atv Avrupa Yeni Asır TV A Haber Minika Minika Çocuk Minika GO A Spor Teknokulis.com caferuj.com aktuel.com.tr	Sabah Takvim Yeni Asır Fotomaç Bebğim ve Biz China Today Cosmopolitan Cosmopolitan Bride Esquire Forbes Türkiye Harper's Bazaar HomeArt House Beautiful Lacivert Otohaber Para Sofra Şamdan Plus									
<b>Feza yayıncılık</b>	Irmak TV Radyo Cihan	Zaman Gazetesi Today's Zaman Cihan Haber Ajansı Cihan Medya Dağıtım Aksiyon Dergisi Zaman Kitap Zaman Amerika Zaman									

		Azerbaycan Zaman Avusturya Zaman Avrupa Zaman Bulgaristan Zaman Kazakistan Zaman Romanya Zaman Türkmenistan									
<b>Samanyolu Yayın Grubu</b>	Samanyolu TV Samanyolu Amerika Samanyolu Avrupa Ebru TV Mehtap TV Samanyolu Haber Yumurcak TV Dünya TV MC TV Samanyolu Afrika Tuna Shopping TV Irmak TV Burç FM Samanyolu Haber Radyo Radyo Mehtap Radyo Cihan										
<b>Meltem Medya Grubu</b>	Meltem TV, Mesaj TV, Kadırga TV, Özlem TV, Köy TV, Kanal 34, Kanal 99 Meltem Radyo, Radyo Kadırga	Yeni Mesaj Öğüt Dergisi, İcmlal Dergisi, Mesaj Dergisi,				Meltem Pazarlama					
<b>Koza İpek Holding</b>	Kanaltürk Bugün TV Kanaltürk Radyo	Bugün		Koza İpek Basın ve Basım			Atp İnşaat			Atp Havaçılık Atp Koza Turizm Konaklı Metal Madencilik İpek Doğal Enerji	Koza İpek Eğitim İpek Üniversitesi Koza İpek Tedarik Atp Koza Gıda
<b>TowerPlaza</b>	Flash tv										

<b>İhlas Medya</b>	İhlas Yayın Holding TGRT Haber TGRT FM TGRT Belgesel TV TGRT EU İhlas Haber Magazin Grubu Dijital Varlıklar	İhlas Gazetecilik Türkiye Gazetesi	İhlas Medya Planlama ve Satınalma	Ajansı (IHA) İhlas		İhlas Pazarlama ve Yatırım Holding				İhlas Madencilik Mir Maden İşletmeciliği	İhlas Pazarlama İhlas Ev Aletleri Bisan Bisiklet - Moped KPT Lojistik Şifa Yemek Türkiye Hastanesi İhlas Eğitim Kurumları
--------------------	--	--	---	-----------------------	--	---	--	--	--	---	---



İktidara yakınlığıyla bilinen Albayrak Medya Grubu, Yeni Şafak Gazetesi ile birlikte yayın hayatına başlamıştır. Bu durum neticesinde hem medya alanında hem de ticari alanda hizmet verdiği inşaat, motor üretimi, liman işletmeciliği gibi alanlarda güçlenerek piyasada önemli bir konuma gelmiştir (Özsever, 2004:120). 2008'den TMSF yönetiminde olan şu anda ise Al Jazeera yönetimine geçen Erol Aksoy'un yönetimindeki Cine-5 zamanında Aksoy'a çok büyük kar sağlamış bir diğer medya grubu olarak içinde bulunduğu dönemde anılmaktadır.

Yine bir diğer medya patronu olan Turgay Ciner ise Ciner Medya Grubunu kurarak 2000 yılında Sabah Gazetesine ve Cumhuriyet Gazetesinin %40'lık hissesine sahip olmuştur. CİNER medya grubunun önemli olduğu husus tekeli yıkması ve yeni bir soluk olarak ortaya çıktığını iddia etmesidir. Medyanın içinde bulunan bu tekeli yıkmak için Akşam, Çukurova dergileri ve Cumhuriyet gazetelerinin dağıtımını yapmaktadır. Ciner grubu sadece basın ile sınırlı kalmayarak HaberTürk televizyonunu ve internet sitesini de bünyesine katarak Sefaköydeki binasını HaberTürk'e vermiştir (Sönmez 2003:130). 2009 itibariyle HaberTürk gazetesini çıkarmaya başlayan Ciner grubu yine etkinliğini medya sektöründe hissettirmiştir.

Bunların yansısı Çukurova grubunun 1977 yılında Akşam gazetesini alarak başladıkları serüven 12 Eylül dönemi ile bitmiş Karamehmet gazeteyi devretmek zorunda kalmıştır. Daha sonraları yine Tercüman, Güneş, Cumhuriyet gibi gazetelerle ortaklıklar kuran Karamehmet 2002 yılında kendi grubuna ait Pamukbank'ın TMSF'ye devredilmesiyle birlikte çeşitli birliktelikler kurarak dönemin güçlü ve kendi karşısında olan Doğan grubuna karşı cephe oluşturmuştur. Karamehmet sahip olduğu Türkcell hisselerini ve diğer şirketleri korumak için iktidar ve diğer siyasilere sürekli temasta kalmaya çalışarak bir çıkış yolu aramış, hukuk kulvarında büyük mücadele vermiştir. Tüm uğraşları sonucu iktidarın desteğiyle bankacılığı bırakma karşılığında Türkcell'i kurtarma ve borçlarını ödemeye çalışmıştır (Sönmez, 2003:126). Ancak yine de 2013 yılında, 75 milyon dolarlık borcunu ödemediği gerekçesiyle Karamehmet 'in şirketlerine TMSF tarafından, 18 Mayıs 2013'ten itibaren el konulmaya başlanmıştır (Radikal, 18.05.2014;ntvmsnbc, 24.05.2014).

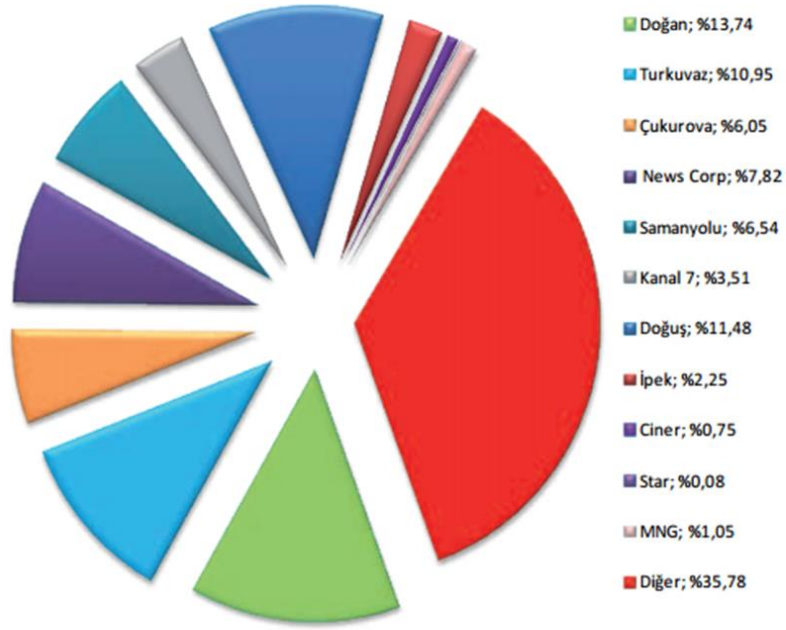
Daha sonraki zamanlarda Doğan medya grubunun piyasada bir hakimiyet kurma isteğiyle yaptığı atılımlar ve kurduğu ilişkiler neticesinde medya alanında bir Doğan

karşıtı birlik ve medya birleşme durumu gerçekleşmiştir. Bu birleşme neticesinde Karamehmet ile Ciner grubu Sabah'ı Aydın Doğan'a kaptırmamak için bir birlik içine girip ilerleyen zamanlarda ise Uzan'ı yanlarına çekerek güçlenmeye çalışmışlardır (Sönmez, 2003;123). Doğuş grubunun ise NTV televizyonunu ve Star televizyonu bünyesine katması, bunun yanı sıra National Geographic Dergisi'nin Türkiye yürütücülüğünü almasıyla gücü daha da artarak etkinlik alanını genişlemiştir.

Turgay Ciner son olarak, TMSF'nin Çukurova Holding'in şirketlerine el koyduğu 2013 yılında Show TV'yi, 402 milyon dolara satın alarak grubuna 3. ulusal televizyon kanalını dahil etmiştir (Taraf, 01.06.2013). TMSF'nin müdahalesinden sonra Turgay Ciner ile Dinç Bilgin arasında kârlı çıkan Ciner olmuş, bir dönemin medya patronu Bilgin günümüzde herhangi bir medya kuruluşuna sahip değildir.

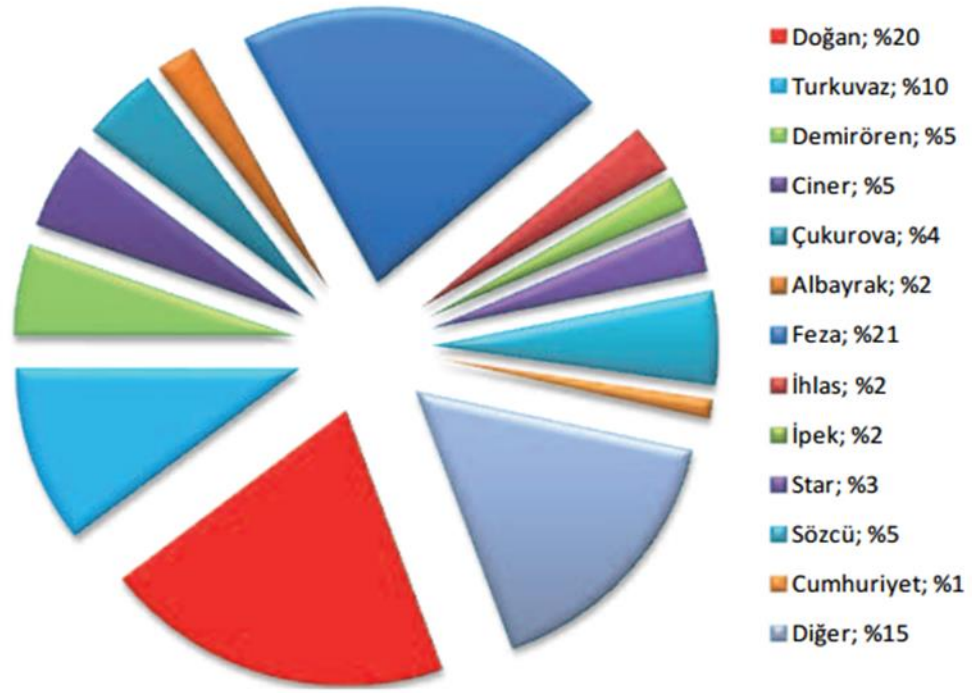
Bu sırada medya alanında faaliyet göstermeye başlayan Feza yayıncılık grubu Zaman gazetesini, Samanyolu TV'yi ve Aksiyon dergisini çıkartmaktadır (Tılıç, 1998:258). Hem ödüller dağıtarak hem de kendi görüşlerine uygun kişi ve kesimlere medya alanında faaliyet gösterdikleri dergi ve gazetelerde yer vererek bir birliktelik sağlamaya çalışmışlardır. Grup bünyesinde bulunan başlıca medya kuruluşları şöyledir: Sabah, Fotomaç, Takvim, Yeni Asır gazeteleri, ATV, A Haber, Yeni Asır TV, çeşitli dergiler, internet siteleri, radyo kanalları, matbaacılık, yayıncılık (turkuvazyayin.com.tr)

Siirtli bir iş adamı olan Sancak Türk medya Grubu, 2013 yılında Ethem Sancak tarafından satın alınmış; 360 TV, Akşam ve Güneş gazeteleri Sancak'ın yönetimine girmiştir (turkmedya.com.tr). 2013'ün Aralık ayında, bir önceki yıl Rupert Murdoch'un sahibi olduğu News Corp'un talip olduğu ancak görüşmelerin anlaşma olmadan sona erdiği Sabah-ATV, Turkuvaz Medya Grubu tarafından Kalyon İnşaat'a satılmıştır (CNN Türk, 20.12.2013). 2014 yılı itibarıyla Acunn medyanın Tv8'i alması ve haber formatlı bir kanalın eğlence temelli bir kanala dönüşmesi en önemli örneklerdendir.



Şekil 1.1: TV İzlenme Oranlarına Göre Grupların Sektör Payları

Kaynak: Karakaya, Murat, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr), Erişim tarihi: 16.11.2014



Şekil 1.2: Gazete Satış Rakamlarına Göre Grupların Sektör Payları

Kaynak: Karakaya, Murat, [www.byegm.gov.tr](http://www.byegm.gov.tr), Erişim tarihi: 16.11.2014

Türkiye’de, medya sektörü 80’li yıllara kadar, çoğunlukla gazetecilik mesleğinden gelen ailelerin yürüttükleri bir alan iken değişen ve gelişen teknolojik koşullar ve siyasi nedenlerden kaynaklanan sorunlar sebebiyle, medya dışında faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının yönetimine girmeye başlamıştır. 1990 yılında kurulan ilk özel TV istasyonunun yayına başlaması ve bununla birlikte devlet kanalı tekeli delmesi medya piyasası hem plansız hem de kontrolsüz bir büyüme eğilimi göstermiştir.

2000-2001 yıllarında yaşanan bankacılık kriziyle birlikte medya sektörü, krizden büyük bir yara alarak bazı medya patronları büyük iflaslar yaşamış bunun sonucunda da, medya sektöründe ciddi bir işsizlik durumu meydana gelmiştir. Çeşitli medya şirketlerine bu dönemde yaşadıkları krizden ve ifaslardan dolayı Tasarruf Mevduatı ve Sigorta Fonu tarafından el konulmuş ve bu süreçle birlikte medya sahipliğinde yeni bir dönem ortaya çıkmıştır.

Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren sermaye Şirketleri ve sahipleri yapılan yasal düzenlemeler sonucunda yabancı ortaklar ile birleşerek medya sektörüne girmişlerdir. Bununla beraber Türkiye’de medya organlarına sahip olmaya başlayan yabancı şirketler, News Corp. Şirketi, Atlantic Records şirketiyle birlikte TGRT'yi satın alarak Fox TV adıyla yayıncılığa devam etmişlerdir. 2011 yılında çıkarılan 6112 sayılı RTÜK Kanunu ile ise özel bir medya organında yabancı sermayenin sahip olabileceği en yüksek pay %50’ye çıkartılarak, Katar Sermayeli Al-Jazeera ve Çin Sermayeli GB Times adlı medya kuruluşları Türkiye’de televizyon, radyo ve internet yayıncılığı alanlarında yatırımlar yapmaya başlamışlardır.

### **1.3 İktidarı Dengeleyici Güç Olarak Medya**

En dikkat çekici özelliği denetleyicilik olduğu varsayılan medya dördüncü güç olarak tanımlanmaktadır. Bu bakış açısıyla birlikte hem toplumsal mesaj vermek isteyen kişiler hem de iktidar kimi zaman medyanın bu görevini yerine getirebilmek için verdiği çabayı gölgelemeye çalışan yaklaşımlarda bulunmaktadır. Medyanın bu denetleyicilik görevine başlamasının nedenlerinin başında yasama, yürütme ve yargının görevlerini yeterli düzeyde yapmaması olduğunu savunulmaktadır

(Gürel,2004;211). Siyasetçilerin medyayı topluma ulaşabilmek için kullanmaları medyanın bu denetleme görevini yeteri şekilde yerine getirememesine neden olmaktadır. Bu durum basın siyasetçilerin ve iktidar sahiplerinin sesi durumuna gelmesine sebebiyet vermektedir (Sağnak,1996;123). Kamuoyunun sesi olması gereken basın günümüzde çeşitli değişimler ve dinamiklerin etkisiyle birlikte iktidara yakın olmaya başlamışlardır.

Basının, toplumun yararı doğrultusunda topluma, kendisini ilgilendiren konularda bilgi verme yetki ve sorumluluğu vardır. İrvan'a göre (aktaran Özkara;2009: 449), toplumsal sorumluluk anlayışının temelinde medyanın demokratik toplumlarda yurttaşların rasyonel karar verebilmeleri için gerekli olan yaşamsal enformasyonu sağlamakla yükümlü tutulduğu düşüncesi yatmaktadır. Toplumsal sorumluluk anlayışı çerçevesinde, medyanın yükümlülüklerinin başında günün önemli olayları hakkında doğru ve tam bilgi sağlama sorumluluğu gelmektedir. Bu sorumluluğun gereği gibi yerine getirilebilmesinin ön koşullarından biri de basın özgürlüğüdür.

İktidar sahibi kişilerin hem medya kurumlarını denetleyebilmeleri hem de güçlerinin devamını sağlayabilmelerinin en elverişli şekli medya mülkiyetinde pay sahibi olmaktır. Ekonomik olarak iktidarda olanların bir sonraki hedefi medya araçlarını bünyelerine katabilmek ve daha da güçlenmektir. Bu durum bir çıkmaz yaratarak medya mesajlarının üretimi ve dağıtımında bağlılık ve yanlılık ortaya çıkarmaktadır. Ekonomi politik yaklaşımın bu konuyla ilgili çıkarımı şu şekildedir.

“...medya mülkiyetindeki değişimler iktidar ilişkilerini çok fazla değiştirmemektedir, çünkü her medya sahibi sermayenin çıkarlarıyla uyumlu biçimde hareket etmektedir” (Shoemaker,1991:14;akt: Dalgaldere, 2014).

Türk medyasının içinde bulunduğu tekelleşme gerçek gücün birkaç aile veya grubun elinde birikmesine neden olurken bu durum çeşitli sonuçlar doğurmaktadır (Demir, 2007:210). Bu sonuçların başında medyanın tarafsızlığı ve denetleyiciliğinin etkisizleşmesi ve bir grubun çıkarları doğrultusunda sanal gerçeklikler yaratılmasına sebep olması gelmektedir. Kimi zaman medyanın yönetimini tek elde tutmaya çalışan kişi ve gruplar kendi çıkarları doğrultusunda iktidarla yakın ilişkiler kurarak medyayı yanlılığa ve kamuoyunu yanlış yönlendirme çabasına girmektedirler. Bunun sonucu da demokratikleşme sürecinde büyük bir tehlikeye yol açmakta ve medyanın tarafsızlığının sorgulanmasına neden olmaktadır.

Giderek artan basının bu kar sağlama beklentisi hem sahiplik açısından hem de iktidar açısından bir rant kapısına dönmüş medya bir silah haline dönüşmüştür. Rakiplerine karşı üstün gelmeye çalışan gruplar ve siyasi taraflar basını kullanarak bunu bir araç haline getirmişlerdir (Uluç 2003;277).

Sönmez'e göre;

“Medyada biçilen bu güç, sermayenin medyaya girişini özendirir. Sermayenin dördüncü gücü paylaşma, siyasi çevrelerde itibar görme ve gerektiğinde elindeki silahı savunma, yeri geldiğinde ise saldırı amaçlı kullanabilme ya da basın sayesinde diğer sektördeki yatırımcılara ve yatırımlara katkıda bulunabilmek ve medyanın gücünden yararlanabilmek için tercih ettiği bir yoldur” (2003:110).

Medya alanında yapılan yaptırımların maddi anlamda çok fazla bir getirisi olmamasına rağmen tüm sermaye sahiplerinin medyadan bir köşe, pay kapmaya çalışmalarının esas nedeni medya ya sahip olanın görüşlerinin tüm medyaya maruz kalanlara iletilmesi mantığından geçmektedir. Bu durumda da medyaya daha fazla sahip olan kişi veya kişiler kamuoyunda da o denli söz sahibi olmaktadır.

Tılıç ise bu konuyla ilgili olarak medyanın değişen düzen içinde büyük bir değişime girdiğinden bahsetmekte ve artık işlevsel olarak eski fonksiyonlarını yitirerek yeni fonksiyonlara sahip olduğunu söylemiştir. Medyanın artık maddi çıkar sağlayan bir kar aracı olmaktan da çıktığını tamamen siyasi bir araç haline gelerek hem bağımsızlığını hem de denetleyici rolünü kaybettiğinden bahseden Tılıç, sistemin bozukluğunu ortaya koymaya çalışmaktadır (Tılıç, 1998;254).

Bir medya grubunu satın alan şirket ve gruplar aynı zamanda bu alanın tüm yan disiplin ve türlerini de kendisine bağlayarak hem çok sesliliğe hem de bir başka holding veya oluşumla ortak çalışmayı engellemeye çalışmaktadırlar. Günümüz toplumunda bir medya grubunun yaptığı haberlerde sahibinin kim olduğu, iktidarla ilişkisi ve kendi çevresindeki oluşumlara yakınlığı ve uzaklığı çok etkili olmaktadır. Bu da ortaya koymaktadır ki hem medyayı hem de iktidarı elinde bulunduran kişi veya kişiler aslında tüm toplumu da ellerinde bulundurmaktadırlar.

Günümüz basın alanında hem sermayenin hem de iktidarın gücü giderek artmakta bu da siyaset ve ticaret arasındaki ilişkiyi daha karmaşık bir hale sokmaktadır. Hem

ticaret yapan hem de medyayı elinde bulunduran kişiler iş alanında zorluk ve sıkıntı yaşamamak adına iktidar yanlısı haberler yaparak haber yapma ve alma sürecini sorunlu hale getirmektedir.

#### **1.4 Basın Siyaset İlişkisinin İçeriğe Etkisi ve Editöryal Bağımsızlık Sorunu**

Basın–siyaset ilişkisi dünden bugüne bakıldığında hem birbirinden ayrı olması gereken ama gelişen gelişmeler ve şartlar neticesinde çoğu zaman bir arada yürüyen bir ikili ilişki içinde yer almaktadır. Bu durum ortaya koymaktadır ki siyasi ilişkilerin ve siyasi güçlerin mücadelesi çoğu zaman medya üzerinden gerçekleşmekte ve yürümektedir. Medya toplum ve siyasiler arasında bir bağ kurucu vazifesini yürüterek her iki taraf arasında akışı sağlamaya çalışmaktadır. Bu akış çoğunlukla siyaset-medya-toplum şeklinde gerçekleşmekte olup medyanın tarafsızlığının sorgulanmasına neden olmaktadır.

Siyaset medya ilişkileri kapsamında basın ve basın mensuplarının tüm bu çıkar ilişkileri içinde kullanılmaya çalışılan birer piyon olduğunu savunan Arabacı; siyasi kişilerin ve iktidar sahiplerinin medyayı ve özelinde gazeteci ve medya çalışanlarını kendi görüş ve fikirlerini daha rahat yayabilmek için bir güven ağı oluşturma göreviyle biçimlendirdiklerinden bahsetmektedir (Arabacı;2004:109).

Siyasi iktidar güçlerinin bu medyayı ellerinde tutma savaşı güçlerini kaybetmeye başladıkları anda adeta hem kendi ellerinde tuttıkları hem de kendilerine dönen bir silah gibi tehdit oluşturmaya başlamaktadır. Basın artık etkisini kaybetmeye başlayan siyasi oluşumun yanında değil kendi menfaatine en iyi rant sağlayacak yeni iktidarın yanında yer almaya çalışmaktadır. Bu durum hem okurun gözünden hem de toplumun gözünden medyanın güvenini yitirmesine sebep olmakla birlikte toplumsal meşruiyet açısından çeşitli sorunlar yaşanmasına neden olmaktadır.

Tüm anlatılanlar ışığında iktidarın medyayı ele geçirerek sahip olmaya çalışma durumu aslında iki temel nedenden kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki medyanın kendi iktidarına karşıt görüşlü haber yapmasından çekinme diğeri de medya



aracılığıyla çok daha geniş kitle ve kesimlere ulaşılabilir olma özelliğidir. Medyanın siyasi ilişkileri bu etkileme ve değiştirebilme gücü, hem basının neden sermaye güçleri tarafından kontrol edildiğini hem de bu duruma iktidarın niye ses çıkarmadığını açıklar niteliktedir. Basının bağımsızlığı ve okurun doğru ve yansız haber alma akışının gerekliliğinin göz ardı edildiği bu yaklaşım neticesinde medya ve siyaset birbirinin destekçisi haline gelmiştir. Ama bu denge çok hassas bir terazide olup güç dengelerinin biraz değişmesiyle hemen oynayabilmekte ve medya kuruluşları kendi çıkarlarına göre çok rahat taraf değiştirebilmektedirler.

Basının iktidarla mücadeleye girmediğini, iktidarın da bu boyun eğme ile gücü elinde tutmasına olanak veren bu sistemi Chomsky şu şekilde açıklamıştır:

Basın için iktidarla kapışmaya girmek pahalıya mal olan, zor bir iştir. Bunun için kanıtların ve savların çok kuvvetli olması gerekmektedir ve eleştirel bir çözümlenmeye kalkmak hoş karşılanmaz. Buna karşılık yurtsever bir gündeme uyumun hiçbir bedeli yoktur. Resmi düşmanlara yöneltilen suçlamaların kanıtlanması gerekmez ancak ideolojik sistemi irdeleme fikri sert tepkilere neden olabilmektedir. Bundan dolayı medya, haberlerin ve çözümlenmelerin çatısını, yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak birbirleriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir (Akt; Sönmez;35).

İktidarın medyaya olan baskısının incelenmesi dışında bir diğer sorun alanı da içeriğin nasıl yaratıldığı ve hangi unsurlarla oluşturulduğu olmaktadır. Medya kuruluşu tarafından yaratılan içerik tüm özellikleriyle ideolojik bir mesajdır. Bu durumda kitle iletişim aygıtlarının ideolojik işlevine ve ardında bunların hem haber içeriğine hem de topluma olan etkisine değinilmesi gerekmektedir.

Marks ve Engels'in "üretim araçlarına sahip olan sınıf çağın düşüncelerinin üretim ve dağıtım araçlarına sahiptir" (aktaran:Özsever, 2004:136) vurgusu hem medyanın hem de içeriğin neden bu kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Medyaya sahip olmanın tüm düşünsel üretim ve dağıtım güçlerine sahip olmak olduğunu vurgulayan bu düşünce aynı zamanda kültür ve ideoloji yayımında da başrol oynayan medyanın, gücünün daha da artarak sahip olunması gereken bir ideolojik aygıt haline gelmesine sebep olmuştur.

Althusser “Devletin İdeolojik Aygıtları” isimli makalesinde medyayı devletin en önemli ideolojik aygıtları arasında saymakta ve bu durumun medya sahiplerinin egemen tutum ve düşünce biçimlerini geniş kitlelere yayma imkanı verdiğini belirtmektedir. Toplumları ve kitleleri kendi hakimiyet ve düşünce biçimleri altına alma isteği ortaya hegemonya olgusunu dikkate almayı gerektirmektedir. Gramsci’nin vurguladığı “Hegemonya” kavramı egemen olan sınıfın sadece ideolojik olarak değil aynı zamanda kültürel olarak da bir güç alanı yaratmak istediğini ortaya atmakta ve bu durumun gerçekleşmesi için de diğer sınıfların razı edilmesi gerekliliğinden bahsetmektedir. (Özsever,2004:137).

Haber üretimi ile iktidar arasında bulunan ilişki hem iktidarın kendi çıkarlarına göre hareket etme sahasını genişletmekte hem de haberin işlevini olumsuz etkilemektedir. Haberin hem gerçekliği hem de egemen ideolojiyi yeniden üretirkenki etkisi çeşitli iletişim araçlarıyla birlikte güçlenerek artmaktadır. Gerek gazeteler, gerek televizyon ve internette yer alan metin ve haberler iktidarın bu etkileme ve manipüle etme çabasını destekleyerek yeni gerçekliklere ve yeni çıkar gruplarına hizmet eden haber üretimine neden olmuştur. Haberlerde yer alan bilgilerin hem ideolojik hem de kişisel çıkarlar neticesinde yeniden düzenlenmesi olayların haberlerin tarihsel ve toplumsal koşullarından koparılarak ideolojik yanıltmaya yol açmaktadır.

Hem iktidar sahibinin hem de diğer siyasi güçlerin haberin yayınlanma aşamasına kadar geçen sürede muhabirden başlayarak çeşitli medya aktörlerine yaptıkları baskı ve istekler hem medyanın hem de haberin tarafsız ve çeşitli güçlerden bağımsız olma durumunu engellemektedir. Bu çarka uymayan veya karşı duruş sergileyen medya çalışanlarını ayıklama yoluna giderek hem kendi çıkarlarını hem de siyasi güçlerin çıkarlarını korumaya çalışan medya patronları, basın alanında bir kısır döngüye girilmesine neden olmaktadır.

Tüm bu baskı ve isteklerin asıl amacı aykırı sesleri yok edip sindirmek ve her iki tarafın da menfaatine olan ileti ve haberlerin yayınlanmasını sağlamaktır. Günümüz medyasına bakıldığında baskının ekonomik nedenlerden çok siyasi nedenlerle yapıldığını ve bu baskının bir siyaset-basın ilişkisini oluşturduğu ortaya çıkmaktadır. Ekonomik çıkarlarını düşünen sermaye sahibi medya patronları çeşitli ihale, kredi ve destekler için ideolojik olarak yapılan bu isteklere cevap vererek bir çıkar ilişkisi düzeni yaratmaktadır (Demir,2007:207).

Gazetecilerin kendi görüş ve tutumlarına uygun gazete ve medya kuruluşlarında çalışmaları hem özgür haber yapabilmek hem de bu sistemin bir çarkı olmalarını engelleyebilir gibi gözükse de aslında günümüz medyasının bu karmaşık hali gazeteci ve medya çalışanlarının kendi seslerini duyurabilmelerine çok fazla olanak tanımamaktadır. Ne kadar kendi görüşlerine uygun gazete veya medya ortamlarında çalışırsa çalışsınlar gazeteciler her zaman bir üst yöneticinin altında ve kontrolünde yazılarını yazmaktadırlar. Bu sisteme karşı çıkan gazeteciler ya sisteme uyum sağlamaları için zorlanır ya da sistemden çıkarılırlar (Tılıç,1998:222).

Medyanın toplumları yönlendirmedeki gücü özel anlamda medya çalışanlarının yönlendirilmesine de uzanmaktadır. Medya patronları bir taraf olmamaya çalışsalar bile ki bu sayıca çok azdır, sonunda çarka uyum sağlayarak bir taraf olmak zorunda kalırlar (Şimşek,2009:141)

90'lı yıllarla birlikte holding sahiplerinin medya alanına girip medya patronları haline dönüşmesi medya çalışanlarını olduğu kadar medya patronlarını da siyaset ilişkilerine bağlı hale kılmıştır. Maddi gereksinimler, çıkarlar ve ekonomik ilişkiler nedeniyle holding patronları sahip oldukları medya araçlarını kendi çıkarlarını gerçekleştirebilmek için kullanmışlardır. Bu sistem içinde medya patronlarının gazete manşetlerinden siyasi ilişkileri ve iktidarla olan ilişkisinin hangi seviyede olduğu gazete manşetlerinden anlaşılmaktadır.

İktidarın baskısını hisseden ve bunu alt kademedeki çalışan medya çalışanlarına baskı yaparak hissettiren medya patronları kimi zaman bu durumun iyice afişe olması nedeniyle gazetelerinde çeşitli yazı ve manşetlerle hem halka hem de iktidara mesaj göndermeye çalışmaktadır. Dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Doğan Medyasının ticarî çıkarlarını arttırmak ve hükümete istediğini yaptırtmak için çarpıtma ve yalan haberler düzenlediğini söylemesiyle patlak veren iktidar- medya savaşı çeşitli gazeteciler tarafından da değerlendirilerek uzun süre gündemi meşgul eden konulardan olmuştur. Bu olayda en dikkat çeken cümlelerden biri ise Aydın Doğan'ın "Yalan yanlış ne varsa düzeltmeye amadeyiz, ama böyle tehditle, şantajla iş yürütülmez, bunun adı demokrasi değildir. Bunun adı olsa olsa diktatörlüktür" demesidir.( <http://gundem.bugun.com.tr/aydin-dogandan-yanit-haberi.39326>) Bu karşılıklı cümlelerle iyice tırmanan gerginlik uzun süre devam etmiştir. Bu konuyla ilgili olarak Mehmet Altan bir röportajında şöyle demiştir:

“Bu tartışma, iki yapının da ilkesel bazda değiştirmediği ilişkiyi yansıtıyor. Siyaset medyayı esir almak, ona propagandasını yaptırmak, kendisiyle ilgili olumsuz haberlerin yapılmayacağı medya istiyor. Medya ise, siyaseti pof poflaması karşılığında devlet rantlarının patronuna peşkeş çekilmesini ve zenginleşme arzusunun gerçekleştirilmesini istiyor. Bizde medya devlet rantıyla zenginleşmek isterken, siyaset de icraatlarının abartılarak propagandasının yapılmasını ister. Hiçbiri bu yapıyı değiştirmiyor. Bařbakan’ın “Bugüne kadar sessiz kaldık. Bundan sonra artık saygılı gütürelim, gizli gütürelim yok. Her řeyi açık ve net millete duyuracağız” diyor, demek ki anlaşalardı, saygılı ve gizli ilişki devam edecekti. Bu mekanizmanın adı “Al gülüm, ver gülüm mekanizmasıdır. Burada ne zaman kavga çıkıyor? Medya devlet rantını istediği kadar alamayınca veya siyasetçi kendinin pof poflanmadığını dūřündüęünde... Bu sayede yaşanan rezilliği görüyoruz. Bu yaşım itibariyle gördüğüm kaçıncı kavga. Ne medya parasını halktan kazanmaya yanaşıyor, ne de siyasetçi medyadan kendini “abartılı anlatması isteğinden vazgeçiyor” (Altan,Mehmet, <http://www.yeniasya.com.tr>, erişim tarihi: 10.11.2014).

Tüm bu anlatılanların ortaya koyduğu tablo hem haberin içeriğini hem de günümüz medyasında yaşanan değişimi açıklayabilmek için siyasi ilişkileri en baştan gözden geçirmek gerektiğidir. Siyasi kurum ve kişiler ile medya arasındaki ilişkilerin güçlenerek karmaşık hale gelmesi gazetecilik mesleği ve haber açasından etik ve içerikle ilgili sorunlara neden olmaktadır. Bunun neticesinde de editöryal anlamda bağımsızlık yitirilerek tamamen güce bağımlı haber yapılan bir sistem olmuştur.

#### **1.4.1 Editöryal Bağımsızlık**

Toplumun bilgi sahibi olması ve yarar sağlayabilmesi için basının, bilgi verme yetki ve sorumluluğu bulunmaktadır. İrvan’a göre (aktaran Özkara; 2009: 449), Toplumsal sorumluluk anlayışının temelinde medyanın demokratik toplumlarda kişilerin doğru ve tarafsız karar verebilmeleri için gerekli olan yaşamsal bilgiyi sağlamaları gerekmektedir. Bu toplumsal sorumluluk anlayışı ile birlikte, medyanın toplumsal

olaylar üzerinden doğru ve tam bilgi verme görevi gelmektedir. Bunu için de de en önemli koşullarından biri basın özgürlüğüdür.

Günümüz medyasında yer alan edit etme durumu iki şekilde işlemektedir. Bu ikili sistemin, ilki bir medya kuruluşunun sahibi olmayan sadece bu iş için çalışan ve bir gazeteci olan editörün gazetenin genel düzeltme ve değerlendirmesini yapmasıyla oluşmaktadır. Diğer sistem ise medya patronunun kendisinin yaptığı ilk elden düzeltmeler olarak tanımlanmıştır (Adaklı 2006:72). Tanımlardan da anlaşılacağı gibi bu iki sistemi birbirinden ayıran en önemli özellik editöryal bağımsızlık durumudur. Günümüz medyasında içinde bulunulan durum gazete patronlarının hem ekonomik hem de siyasi çekincelerinden ve çıkarlarından dolayı kendilerinin editör oldukları veya çok güvendikleri bir isme bu işi yaptırmalarıyla meydana gelmektedir.

Editöryal anlamda yaşanan bu denetleme gazetenin her yazısında ve her gün yapılan bir işlem değildir. Medya patronunun çizdiği politika ve görüş temelinde yazmayı kabul eden gazeteciler aynı şekilde haber içeriklerini hazırlayarak her gün bu çerçevede içinde yayın yapmaktadırlar. Burada sistem sermayenin gazeteyi çıkarması, gazetecinin yazılar yazarak destek olması ve medya patronunun çıkarlarını koruması şeklinde yürümektedir. Editörlerin esas amacı olan muhabir ve gazetecilerin özgür, objektif ve tarafsız yazılar yazmasını sağlama durumu yara alarak yerini yeni sistemdeki çarpık ve çıkarıcı duruma bırakmaktadır (Gürel 2004:151).

Özerk bir konumu olması gereken editörlerin hem gazeteciler hem de okur arasında güvenilir bir bağ kurulabilmesi için önemli rolleri bulunmaktadır. Okurun gazete ve gazeteciye güven duyabilmesi için objektif bir editöryal yapıya sahip olması gerekmektedir. Bu ilişki aynı zamanda muhabir, yazı işleri ve gazete arasında da olması gereken bir bağlıdır.

Patronlarının siyasi baskılarına boyun eğmek istemeyen editörler istifa yolunu seçerek bir nevi başkaldırıda bulunmaktadırlar. Bu sistemin değişmesi gazetecileri ve genelinde medyanın özgürleşmesi için her medya çalışanının özerk alanlarına sahip çıkmaları ve bu konuya hassasiyetle yaklaşmalarından geçmektedir. Gazeteciliğin temel ilkelerinin yok sayıldığı günümüz medya sistemi içinde genel yayın yönetmenleri, editörler ve gazete çalışanları medya patronlarının çıkarlarını gözetin ve ona göre davranan kişilere dönüşmektedirler.

## 1.4.2 Genel Yayın Politikası

Gazetelerin kendi görüş ve duruşlarına göre tasarladıkları ve uyguladıkları yayın kurallarının tümü gazetenin genel yayın politikasıdır. Genellikle medya patronları tarafından karar verilen bu politikalara, kurum içinde çalışan tüm medya çalışanlarından uyması ve yayın yaparken gözetmesi beklenmektedir. Medya patronlarının bu sınır çizme ve gazetecileri bir çerçeve içinde yazı yazmaya zorlamalarının nedeni kendi ticari ve siyasi kaygılarından oluşmaktadır. Bu durumla birlikte hem gazetecinin kimlerle iyi geçinip kimlerle iyi geçinmeyeceğini hem de yazı yazarken kimlere nasıl yaklaşacağını genel bir çerçevesi çizilmektedir.

Bu tür yayın politikası belli gazetelerde çalışmayı seçen gazeteciler bu yayın politikasını baştan kabul ederek bu editöryal baskıyla yayın yapacakları bir gazetecilik anlayışını tercih etmişlerdir. Medya kurumunun siyasi ve ideolojik çizgisine uygun haber ve yazılar yazmaya çalışan gazeteciler hem kendi gazetecilik öz saygılarını kaybetmeye başlamakta ve bununla birlikte hem de okur gözünde taraflı ve yanlı haber yapan tetikçilere dönüşmektedirler. Bazen daha önce kabul etmesine rağmen kendi gazetesinin genel yayın politikasına uygun yazılar yazmayan gazeteciler hem içinde buldukları medyanın sahiplerinden hem de diğer denetleyici çalışanlar tarafından sansüre uğramakta ve yalnızlaşmaktadırlar. Bu tecrit sonunda ya yayın politikasına uygun yazılar yazmaya başlayıp sisteme uyum sağlamakta ya da sistem dışına atılmaktadırlar.

Her medya grubunun hangi yayın politikası ve kişilere yakınlıkta haber yaptığı gazetesinde yer verdiği haberlerden ve yazılardan anlaşılabilir (Girgin,2003:75). Yayın politikaları da kimi zaman değişikliğe uğrayarak başka bir şekle dönüşebilmektedirler. Bu dönüşüm kimi zaman gazetecilik etik değerlerinde kimi zaman gazetenin habere veya kişilere bakışına kimi zamanda gazetenin reklam ve satışa bakış açısıyla biçimlenmekte ve yeniden üretilerek daha farklı bir forma dönüştürülmesi olarak gözlemlenmiştir.

Okurun gazetelerin yayın politikalarında oynadığı rol hem gazetenin satışı hem de hedeflenen okur seviyesine ulaşılabilmesi için çok önemli bir kriterdir. Gazetelerin

kendi görüş ve düşüncelerine uygun olarak hedefledikleri okur kitlesini başka gazetelere kaptırma korkuları kendi yayın politikalarını değiştirmelerine neden olabilmektedir. Okur kendi görüşüne uygun haberler yapan gazeteleri tercih edeceğinden gazete yayın politikasını bu beklentilere göre şekillendirebilir. Bu durumda ortaya koymaktadır ki hedef kitle değişikçe yayın politikası da değişmektedir.

### **1.4.3 Genel Yayın Yönetmeni**

Medya sahibi ile medya kuruluşu arasında bir bağ kurma görevini yürüten genel yayın yönetmenleri gazete sahiplerinin daha önce belirledikleri yayın politikalarının yürütücülüğünü yapmaya çalışmakta ve denetleyici olma rolündedirler. Gazetede yer alan her türlü yazı ve haber için denetleme ve düzeltme hakkına sahip olan yönetmeler medya patronlarının bir nevi gazetede temsilcisi ve yürütücüsüdür.

Medya patronlarıyla aynı görüş ve fikre sahip olması gerekliliğinden yola çıkarak seçilen gazete yöneticileri kimi zaman gazete patronlarıyla sorun yaşayarak ya istifa etmişlerdir ya da işten çıkarılmışlardır (Gürel,2004:268).

Bir nevi menajerlik yapan genel yayın yönetmenleri medya kuruluşunun genel çizgisini ve haber toplama sürecini takip eden editörlerin bağlı bulunduğu bir üst kişidir. Günümüzde haber editörlerinin yazdıkları yazılar ve ürettikleri haber içeriklerine sık sık karışarak gazetenin ve gazete sahiplerinin çıkarlarını korumayı amaçlayan genel yayın yönetmenleri etik değerlere sahip bir denetleyiciden çok kurumun çıkarlarını gözeten ve bu yönde hareket eden bir göreve sahip haline dönüşmüştür.

Bir muhabir veya editör eğer çalıştığı gazetede haberlerinin ve yazılarının yazılmasını istiyorsa genel yayın politikasına uygun ve genel yayın yönetmenine uygun davranmak ve yazılar yazmak durumundadır. Bu durum gazeteci ve editörlerin haber yapma sürecinde kısır bir döngü içine girmelerine, okurun ise kısıtlı bir alanda sıkışmasına neden olmaktadır (Girgin, 2003: 99).

#### 1.4.4 Editörler

Gazete sahiplerinin yayın politikalarına uygun olarak tercih ettikleri editörler hem genel yayın yönetmenine hem de gazete patronuna karşı sorumlulukları olan kişilerdir. Kendi aralarında haber branşlarına göre ayrılmakta olan editörler genel anlamda Türkiye gündeminde yer alan siyasi ve ekonomik yapının takibini yaparak bu konularda yazılar yazmaları beklenen kişilerdir. Editörler gerektiğinde haberi yeniden üreterek hem çalıştığı medya kurumunu hem de siyasi iktidara uygun hale getirmektedir (Girgin,2003: 73).

Yazılı metinler halinde olmayan ancak güncel haber üretim sürecinde uyulması gereken haber yazma kriterlerini sık sık muhabirlere hatırlatarak yürütücülük görevini yapan editörler haber sürecinin yönünü belirtmektedir. Yeri geldiğinde kendilerine getirilen haberleri geri çevirerek yeniden yazılmasını, yeri geldiğinde ise kendi verdikleri gündem konularından haber yapılmasını talep etmektedirler.

Editörün bağımsızlığının sağlanmadığı şartlarda gazetecilik mesleği ve etiğinden bahsetmek mümkün değildir. Gazetecilik mesleğinin tarafsızlığı ve bağımsız olma durumu aslında editörlerin bağımsızlığından geçmektedir (Tılıç, 1998:240).

Gazetelerin ticari bir araca dönüşmesi hem reklam hem de piyasadaki rekabet ortamındaki şiddetin artmasına neden olmaktadır. Daha çok okura ulaşmak isteyen ve daha çok satış yapmayı arzulayan gazete sahipleri bu istek ve beklentilerini editörlere yönlendirerek editörler üzerinde de bir baskı yaratmaktadır (Girgin, 2003: 73).



## 2. OKUR ÇALIŞMALARI

Tezin bu bölümünde okur kavramının açıklanması ve çeşitli kuramsal yaklaşımlarla değerlendirilmesi, hem bu tez özelinde “okur kimdir?” sorusuna akademik bir çerçeve çizilmesi hem de tezin araştırma kısmında okur temsilcilerinin köşelerinden yapılacak olan okur araştırması için gerekli görülmektedir.

Bu bölümde ilk önce genel geçer okur tanımlarının ve kuramlarının yer aldığı bir bölüm ardından bugüne kadar yapılmış okur araştırmalarının analizi ve değerlendirilmesi yapılarak okur çalışmaları üzerinden bir literatür taraması yapılmıştır.

### 2.1. Ana Akım Yaklaşımlarda Okur

Kitle iletişim araçlarının güçlü bir etkisi olduğu kanısı, iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve bu gelişme ile birlikte daha geniş kitlelere ulaşabilme durumu ile oluşmuştur. Bu kanı 1. Dünya savaşı sırasında kitle iletişim araçlarının propaganda amaçlı kullanılması ile daha da güçlenmiş ve pekişmiştir. Kitle iletişim araçlarının kitleler üzerindeki bu güçlü etkisi sadece savaş alanında değil aynı zamanda toplumları etkilemeye ve yönlendirmeye çalışan hükümetler tarafından da keşfedilmiş ve kullanılmaya başlanmıştır.

Tüm bu oluşumlar davranışçı psikoloji geleneği içerisinde gelişen, iletişim araştırmalarındaki en eski geleneklerden biri olan “Güçlü etki davranışçı yaklaşım” kuramına dayanarak oluşturulmuştur. Bu yaklaşımın temeli Uyarıcı - Tepki (S - R) modeline dayanmaktadır. Bu temelin savunduğu görüş insan davranışlarının analizinin ancak dış uyarıcılara verdiği davranışsal tepkiler üzerinden yapılabileceği düşüncesidir. Bu yaklaşım okuyucu davranışları ile medyanın etkilerini iletişim

araştırmaları içinde mekanik bir Şekilde incelemeyi amaçlamıştır (Renckstorf, 1996: 6;akt: alık).

Özel ve kamu kaynaklarınca desteklenen bu araştırmalar neredeyse kitle iletişim araştırmaları ile eş anlamlı hale getirilmiştir. Birçok kitle iletişim araştırmacısının aklında, iletişim araştırmalarında yönelinmesi gereken temel sorunun medyanın okuyucular üzerindeki etkisi olduğu kalmıştır (Fejes, 1994:251).

Tüm bu beklentiler ve düşünceler aslında çok basit bir yaklaşım ile doğmuştur. Bu düşünce de insan davranışlarının kontrol edilebileceği ve etki altına alınabileceği görüşüdür. Bu önemli etki hem siyasi hem de ticari güçler tarafından desteklenmiş, bilinçsiz kitlelerin istenen Şekilde yönlendirileceği, pazar araştırmaları ve ikna teknikleriyle bu kitlelere yeni tüketim alışkanlıkları yaratılacağı düşünölmüştür.

Ana Akım yaklaşımlar daha çok egemen güçlerin yararına araştırmalar yapmış hem siyasi hem de endüstriyel yönden tarihsel gelişim koşullarına göre insan davranışını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla geliştirilmiştir.

1920'lerde geniş tüketim endüstrilerinin ortaya çıkmasıyla birlikte, modern reklam ve pazarlama sistemleri ile iletişim araştırmaları doğmuştur. Sosyal ve endüstriyel psikolojinin kurucuları olan bazı araştırmacılar o dönemde reklam psikolojisi alanına geçmişlerdir. Zira kitleleri hareket ettiren içgüdüsel mekanizmanın unsurları bilinirse ona göre yeni pazarlama teknikleri geliştirilebilirdi. Bu dönemde insanlar izlenmesi, tahlil edilmesi ve biçimlendirilmesi gereken "izleyici", "okur" olarak görölmeye başlanmıştır.

İletişim çalışmalarının bu tarafgirliği 1930'larda ve 40'larda tamamen siyasi bir yönelimde seyretmektedir. Gerek sağda, gerek solda kitle hareketlerinin yükselişi, ortaya çıkmakta olan propaganda araştırmalarına hız kazandırmıştır. Propaganda araştırma ve çalışmaları iki açıdan önemlidir. Öncelikli olarak toplumbilimsel verilerin toplanması suretiyle karşıtların propagandalarının başarısı analiz edilip anlaşılabilir ve potansiyel olarak kontrol altına alınabilir olma durumu gelmektedir (Ewen, 1983: 220, aktaran: alık,).

Kitle iletişim araçlarının ilk döneminde kitle iletişim araçlarının etkileri üzerinde durulması rastlantısal olmaktan çok, kitle iletişiminin bu dönemdeki hedefinin insan

tutum ve davranışlarının iletişim araçlarınca ne derece etkilendiğini araştırmak olmasından kaynaklanmıştır. (Yumlu, 1994: 38). Kitle iletişim araçlarının bireylerin davranışlarında yarattığı etki durumunu gözler önüne seren en güzel örnek ünlü Amerikalı yönetmen Orson Welles'in 1938 yılında yaptığı ve yazdığı radyo oyunudur. H.G.Wells'in 'Dünyalar Savaşı' adlı kitabını radyoya uyarlayan Welles, oyunda Marslıların dünyayı işgal ettiği konusunu bir haber bülteni şeklinde işleyerek ülkede kısa süreli bir panik yaşanmasına neden olmuştur. Welles tarafından sergilenen bu dâhice oyun o dönemde bireylerin tutum ve davranışlarında kitle iletişim araçlarının ne denli etkili olduğunu ortaya koymuştur (Çebi, 2003: 56).

Alman faşizmi örneğinde olduğu gibi, görünüşte akıl dışı olan şeyler akli olarak gösterilebilir. Bu tip araştırmalar alternatif propaganda biçimleri geliştirmeyi ya da mevcut jargonu imaj yönetiminin aracı olarak kullanmayı mümkün kılmaktadır (Yaylagül, 2008: 32 ).

Etki çalışmalarının yapıldığı disiplinlerden biri olan sosyal psikoloji ortaya koyduğu fikirler ile kitle iletişim ve okur araştırmalarına da yön vermiş ve etkili olmuştur. İnsan topluluklarını kitle olarak niteleyen Gustave Le Bon 20. yüzyılı bir kitleler çağı olarak nitelendirmekte ve bunu da şu şekilde açıklamaktadır:

“Çağımız insanı, düşüncesinin sürekli olarak değiştiği nazik ve buhranlarla dolu bir devre içinde bulunmaktadır. Bu değişmelerin temelinde iki esaslı sebep vardır: Birincisi, uygarlığımızın bütün öğelerinin kaynağı olan dini, politik ve toplum inançlarının yıkılmış olmasıdır, ikincisi, bilim ve tekniğin yeni buluşlarının doğurduğu, yepyeni yaşama ve düşünce şartlarının meydana gelmesidir. Bu bakımdan içine girmekte olduğumuz çağ, gerçekten, kelimenin tam anlamıyla "Kitleler Çağı" olacaktır (2005: 7-8 aktaran; Çalık).

Le Bon tarafından niteliksiz insanlar topluluğu olarak değerlendirilen kitleler, medyanın etkisi ile bireysel özelliklerini yitirerek bir araya gelmiş kişilerden oluşmaktadır. Bu topluluklar farklılaşmış yani ortak özellikleri bulunmayan bireylerden oluşabilir. Bu farklılık ancak bu kişiler bir araya geldikleri zaman tek bir amaca yönlendirilerek benzerliğe ve bütünlüğe çevrilebilmektedir.

Kitleler yapısal olarak özgün iradeden yoksundurlar ve yönlendirilmeye ihtiyaç duyarlar. Bu yönlendirme yapılmadığı takdirde bir kaos ortamı oluşabilir. Bu yönlendirmeyi o topluluğun içindeki akil kişiler yapmalı ve başı çekmelidir.

Freud, Le Bon'u bu liderlik sorunu açısından yeterince ele almamakla eleştirmekte ve önder konusunu "iki yapay kitle" olarak tanımladığı kilise ve ordu örneklerinden yola çıkarak açıklamaktadır. Bu iki yapay kitlenin en önemli özelliği katılım gösteren kişilerin bu oluşumlardan ayrılmak istemeleri kişinin keyfine bırakılmaması durumudur. Bu kitleler devamlılıklarını sağlamak için örgütlenmeye ihtiyaç duyarlar. Bu örgütlenme kiliseye bağlılık gösteren kitleler için İsa sevgisiyle iken ordu da ise komutanları olarak konumlandırılmaktadır. Kilise de önderleri olarak kabul ettikleri İsa karşısında eşit görüldüklerine inanarak, önderleri tarafından ayırım gözetilmeksizin aynı sevgiyle sevildiklerini bilme ihtiyacı ve inancıyla bir arada kalırlarken, orduda ise onları aynı sevgiyle ayırım gözetmeden seven bir üstün yani komutanlarının önderliğinde bir arada bulunmaları ve onun yönlendirmesine tabi olmaları durumu ile oluşmaktadır. Burada her iki durumda da kitleyi idare edebilme koşulu sevme ve sevilme içgüdüsünden geçmektedir.

Freud bu ilişkiyi şu şekilde özetler:

"Her iki yapay kitleyi, yani orduyla kiliseyi incelerken bu kitlelerin varlığının, tüm kitle bireylerinin bir kişi, yani önder tarafından aynı şekilde sevilme koşuluna dayandığını görmüştük. Ancak şurasını da belirtelim ki, kitledeki eşitlik isteği yalnız bireyler bakımındandır, önderin kendisi bunun dışında bulunur. Bütün bireyler birbirine eşit olmayı, ama hepsi de bir önder tarafından yönetilmeyi ister. Birbiriyle özdeşleşebilen, birbiriyle eşit haklara sahip pek çok birey ve bütün bireylerin üstünde bir kişi; işte yaşam gücünü içeren bir kitlede gerçekleşmiş gördüğümüz durum budur (Freud, 2006: 76-77).

Tüm bu araştırma ve incelemelerden yola çıkarak iletişim çalışmalarının sosyal psikoloji ile şekillenen bir disiplin olduğu ve ana akım kuramlarının da ilk dönem çalışmalar da çok etkili bir çalışma yöntemi olduğunu söylemek yanlış olmaz. Bu çalışmaların ortak noktası hepsinde kapitalist sistem önderleri tarafından bir yönlendirme ve davranış değişikliği yaratma amacı olması ve kitlelerin yani bu çalışmadaki okurları etkilemek ve yönlendirmek amacıyla ortaya çıkmış olması durumudur.

Kitle iletişim tarihinde 1940'lar okuyucuların ve izleyicilerin tercih ve tutumlarının ticari çıkarlar için bilinmesiyle ilgili alan araştırmalarının yaygınlaştığı ve bu araştırmaların “klasikler” olarak sunulduğu; bu araştırmalardan etkinin doğasıyla kuramsal varsayımların üretildiği ve kitle iletişimde anayol yönelimin belirlendiği yıllar olmuştur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 46).

Ana akımı çalışmalarını temsil eden isimler olarak da Schramm, Lerner, Pool, Festinger, Lazarsfeld, Lasswell, Katz, Pye, DeFleur, Greenberg, McLeland, Bauer öne çıkmakta ve çalışmalarını ortaya koymaktadırlar. Kitle iletişimiyle ilgili araştırmalar ABD’de üniversiteler ve bu konuyla yakından ilgilenen kurumların iş birliği ile gerçekleştirilmiş olup, Ana akımın temsilcileri olarak sayılan isimler de bu iş birliği ortamında bu çalışmalarda yer alarak mevcut durum içinde yeni kitle iletişim kuramları geliştirmişlerdir.

Bu ana akım çalışmalarında ilk önceleri doğrusal bir yaklaşımın benimsendiği görülürken aslında gönderici tarafından meydana getirilen mesajların belli bir tutum ve amaç ile oluşturulduğu ve bu mesajın alıcıya ulaştığında istenilen etkiyi yaratması gerekliliği ve beklentisi ile meydana getirildiği görüşü varsayılmaktadır. Burada okur mesajların alıcısı olarak pasif bir konuma yerleştirilir.

Daha sonraki çalışmalarda ise Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımında olduğu gibi alıcıların gönderilen mesajı yorumladığı ve bu mesajları tartışabilecekleri; aynı zamanda da bu mesajlara direnebilecekleri fikri ortaya atılarak okuyucunun aktifliği görüşü ortaya çıkmaktadır.

Ana akım yaklaşımların okura karşı geliştirdiği yaklaşımlarda tutarsızlıklar olduğu görülse de bu kuramların genelinde okuru etkileme ve yönlendirme amacı olduğu gözlemlenmektedir. Etki kuramlarında sosyal koşullardan bağımsız bir birey olarak değerlendirilmiş olan okur tarihsel olarak değişime uğramaktadır ve üretim güçlerinin gelişiminden ve toplumdaki egemen güç ve iktidar mücadelelerinden de soyutlanmış bir şekilde incelenemez.

Ana akımda okura ilişkin verilerin ve incelemelerin sıkça yer aldığı yaklaşımlar genellikle Uyarın – Tepki (hipodermik iđne, sihirli mermi, taşıma kemeri), Shannon ve Weaver’ın Matematiksel İletişim Kuramı ve Lasswell’in iletişim formülü olarak belirlenmiştir. Bu kuramların sečilmesinin nedeni dönemlerinde etkili olan psikolojik

ve sosyal çalışmalardan yararlanarak oluşturulmuş olmalarıdır. Bunun yanı sıra dönemin siyasal ve ekonomik koşulları da bu kuramların oluşturulmasına çok önemli bir etkidir. Tüm bu kuramlarda okur, kitle iletişim araçlarının “etkin” gücüyle birlikte etkilenmesi gereken kitleler olarak tanımlanmakta bununla birlikte yönlendirilmesi gereken ve bu yönlendirmeyi kabul eden kişiler olarak betimlenmiş ve incelenme alanına girmiştir.

Kitle iletişim araçlarının 1.Dünya savaşı sırasında kullanımı ve ortaya koyulan sonuçlar daha sonraki yıllarda kullanımının artmasına ve kitle olgusu üzerine olan ilginin artmasına neden olmuştur. Kitle zerine yapılan çalışmalar kitle psikolojisi adı altında devam etmiş bu alanda çok sayıda kuramcı çalışmalar yapmıştır. Kitle psikolojisi kavramını ortaya atan Freud 1921’de yayınladığı “Kitleler Psikolojisi ve Ben’in Analizi” kitabında, kalabalık ve kitle içerisinde bireylerin değişmesi olgusunu değerlendirmiştir.

“Freud burada birey olgusunun kitle içinde değişime uğradığından bahsetmiş ve bireyin kitle içerisinde ki değişimini , “heyecanların, duyguların büyümesi ve aklın, düşüncenin gerilemesinde somutlaşır” (evrimii:http:www.psikolosayfam.com, erişim tarihi:10.09.2013) olarak tanımlamıştır. Kitle çalışmalarında söz sahibi olan bir diğer kişi ise Fransız Sosyolog Gustave Le Bon’dur. Kitleyi halk olarak gören sosyoloğa göre kalabalıklar akıl kullanmaksızın hareket ederler ve güdülenmeye ihtiyaç duyarlar” (Ewen, 1997,akt; alık).

Bu görüşlerin betimlendiği dönemlerde kitlelerin ayaklanmaları ve işçi ayaklanmaları da demokrasi için tehlike olarak gösterilmekte ve demokrasi anlayışı da yeniden şekillenmeye başlamıştır. Demokrasiye tehlike olarak gösterilen 1920’lerde ve 30’larda sosyal – psikolojinin ortaya attığı kitle psikolojisi kavramı, yönlendirilmeye ihtiyaç duyan kitleler için önemli bir çalışma dönemi olmuştur. Cooley, Kitle iletişim kuramlarına göre kitleleri bir arada tutabilmek ve istenilen yöne çekebilmek için çok önemli bir güç olan kitle iletişim araçları sayesinde ideal demokratik duruma dönüşün mümkün olacağı fikrini ortaya atmış bunun gerekçesi olarak da “fikirlerin serbest akımı herkesin siyasal karar verme sürecine katılmasını kolaylaştıracaktır” söylemini ne sürmüştür (Erdoğan ve Alemdar,2005:40). Buna rnek olarak Avrupa’da Alman kuramcılar basının toplumda “bütünleştirici” bir rol oynadığı, toplumu birbirine bağladığı, halkı nderli yaptığı, liderlerle halk arasında

fikir alışverişini sağladığı, enformasyon ihtiyaçlarını karşıladığı, toplumun aynası olduğu ve toplumun “ahlaklı bilinci” olarak çalıştığı görüşündeydiler (McQuail,1994: 73; akt;Yaylagül) düşüncesi verilebilir.

Tüm bu yaklaşımlar ve düşünceler kitle iletişim araçları tarafından siyasal yapının devamının sağlanması ve onu destekleyen ekonomik yapının gelişiminin sağlanması gibi durumları ortaya çıkarmış, bunun sonucunda 1920’lerde Avrupa ve Amerika’daki toplumsal yapıya uygun olarak propaganda yapılmasına ve kamuoyu biçimlendirme yoluna gidilmiştir. Bu dönemin egemen yaklaşımı Uyarın – Tepki (Stimuli – Response) kuramıdır. Bu yaklaşım ve kuram kendisinden sonra “Pasif izleyici” ve doğrudan etkiyi anlatan “Taşıma Kemerı” (transportation belt), “Hipodermik İğne” (hypodermic needle) ve “Sihirli Mermi”(magic bullet) kuramlarını türetmiştir (Erdoğan & Alemdar, 2005: 44).

### **2.1.1 Uyarın-Tepki (Hipodermik İğne, Sihirli Mermi, Taşıma Kemerı, Kullanımlar Doyumlar)**

Kitle iletişiminde 1940’ların sonlarına kadar hakim olan yaklaşımlar genellikle psikolojiden gelen uyarın-tepki modeline dayanan yaklaşımlar olmuştur. Ancak daha sonra bu güçlü etki görüşüne karşı tepkiler oluşmaya başlanmış ve sonucunda Uyarın-Tepki modeli ortaya çıkmıştır. Basit bir tanımla uyarın tepki modeli, bir uyarına karşı o uyarının yüklü olduğu amaç doğrultusunda karşılık verilmesidir.

Hipodermik iğne, imajı tıbbi bir metafordan yola çıkarak oluşturulmuş olup tıptaki anlamının tam tersi bir anlamda kullanılmaktadır. Bir ilaç olarak düşünülen Hipodermik iğne nüfus içinde enfekte olanları bulup, vurulur. Bütün insanlara etki yapmaksızın geçtiğinden sihirlidir. Benzer şekilde sihirli mermi kalabalığa atılır, dostlara ve tarafsızlara zarar vermeden zikzaklar çizerek gidip düşmanı ya da hedefi bulur (Erdoğan & Alemdar, 2005: 59). Tüm bu yeni düşünceler bazı akademisyenler ve düşünürler tarafından kabul görmeyerek farklı düşünceler ortaya atılmıştır. Örneğin Chaffe (1985) gençler üzerinde sinemanın etkisi hususunda 1920’lerin sonunda yaptığı incelemesinde etki modeline dayandırmaktadır ve sinemanın etkisinin yaş, cinsiyet, tutum, algı, toplumsal çevre, geçmiş deneyler ve anne baba

etkisi gibi etkenlere bağılı olarak değiştiğini öne sürmüştür (Erdoğan & Alemdar,2005:59-60).

Bu model üzerine çalışan düşünürler; 1920'lerde ve 1930'larda uyaran-tepki modelinin kabul edilmesini 19. Yüzyılın sonundan II. Dünya Savaşı'na kadar geçen dönemde kitle hareketlerinin başlaması, faşizmin İtalya ve Almanya'da iktidara gelmesinin kitlelerin yönlendirilmesinde propagandanın güçlü bir etkiye sahip olduğu görüşü ile birleştirerek açıklamaktadırlar. Ana akım iletişim çalışmalarının temelini oluşturduğu varsayılan bu kuram doğrusal bir yapıya sahip olup, göndericinin, mesaj ve alıcıyı birbirinden yalıtılmış olarak görmektedir.

Alıcı olarak adlandırılan okur tamamen pasif bir konumdadır ve kendisinden sadece göndericinin oluşturduğu ve yolladığı mesajlarının içeriği doğrultusunda tepki vermesi beklenir. Bu yaklaşım daha sonraları Chaffe'nin açıklamaları ve farklı yorumlarla reddedilmiş olup bu ret etme durumunun nedenini Erdoğan & Alemdar tarafından modelin geçersizliğinden çok, ideolojik çerçevenin böyle bir ilana olan gereksinmesinden dolayı olduğundandır görüşü ile açıklamaktadırlar (Chaffe;1985;akt; Erdoğan ve Alemdar,2005:59).

Uyaran-tepki modeli herkesin günlük yaşamında bilinçli veyahut bilinçsiz olarak verdiği destekleyici veya karşıt tepkilerde önemli yer alır. Eğer uyaran-tepki modeli geçersiz olsaydı, reklamcılarının ve psikolojik savaşçıların amaçlarının gerçekte olasıliği yok olurdu. Aslında sorun, uyaran-tepki modeli değil, uyaran-tepki modelinde tepkiyi verenin uyaranın istemi yönünde davranmasıyla ilgilidir. Bu ilgi reklam ve propagandada oldukça önemlidir, çünkü uyaranın amacı hedefte istenen düşünce ve davranış kalıplarını oluşturmaaktır. Günümüzde reklam, halkla ilişkiler, politika, özlüce bilinç yönetimiyle uğraşanların yapmak istediği budur (Erdoğan ve Alemdar,2005:62).

Medya araştırmalarının ilk zamanlarında kabul gören davranışçı yaklaşım kısaca her şeyin basit bir dürtüyle, medyanın dürtüyü uyardığı ve okurun buna inanarak kabul etme, seçme ya da buna benzer şekilde karşılık vererek yanıt verdiği bir geri dönüşümlü model olarak açıklanabileceği varsayımı ile tanımlanmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşımın itibarını kaybetmesi ve insanların eyleme geçseler bile bunu hemen



yapmıyor olmaları bu süreçte medya dışında hesaba katılacak çok fazla değişken olduğunu ortaya koymuştur (Burton, 1995: 197, akt;Çalık,).

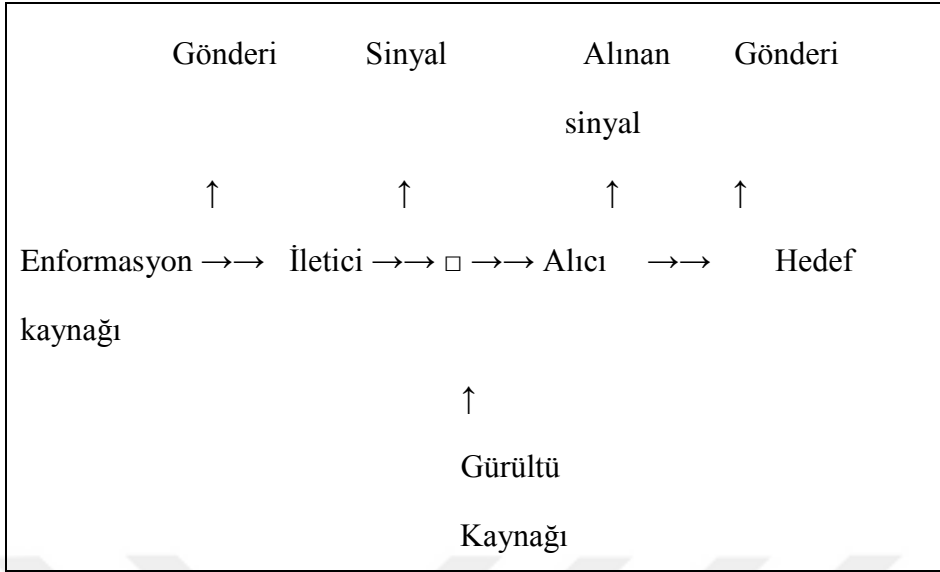
Uyaran-tepki modeli döneminin yapısı göze alındığında oldukça onay almış ve sistemin devamlılığının sağlanması için kitle iletişim araçlarına yönlendirilmeyi bekleyen kitleler olarak konumlandırılan okuru etkilemesi açısından atfedilen görev itibari ile oldukça sistem yanlısı bir durum sergilemektedir.

### **2.1.2 Matematiksel İletişim Kuramı**

Waren Weaver'ın Matematiksel İletişim Kuramı ana akımda temeli atan yaklaşımlardan bir diğeri olup iletişim kanallarını verimli şekilde kullanabilme yolları üzerine yaptıkları araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu araştırmalarda cevap aradıkları; Hangi iletişim kanalı en fazla sayıda sinyali iletir? İletilen sinyalin ne kadarı ileticiden alıcıya giderken yolda gürültü nedeniyle yok olacaktır? sorularıdır.

Model incelendiğinde iletişim, mesajların aktarımı olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda mesajlarında gönderildiği bir hedef bulunmaktadır. Bu da iletişim alanından bakıldığında okurdur. Bu modelde okur sadece gönderilen mesajların hedefi olarak pasif konumdadır.

Shannon ve Weaver yaptıkları çalışmalarda iletişimi bir düşünce sisteminin başka bir düşünce sistemini ele geçirme, etkileme işlemi olarak nitelerler. Bu modelde, gerçekleştirilmesi gereken beş fonksiyon ve bir de fonksiyonel olmayan gürültü faktörü bulunmaktadır.



**Şekil 2.1. Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Modeli**

Bu modelde ilk olarak enformasyon kaynağı istenen bir iletiyi mümkün olan diğer iletiler arasından seçer; bir sonraki aşamada iletilici bu iletiyi mevcut olan ileti aracına uygun şekilde sinyale dönüştürür ve iletişim kanalı üzerinden alıcıya iletir. Sözlü konuşmada enformasyon kaynağı beyin, ileten araç insanın ses mekanizması (vokal sistem), sinyal de bu sistemin ürettiği ses ve kanal, yani sesin gittiği havadır.

Enformasyon kaynağı tarafından seçilen iletiler gönderen tarafından mevcut olan veyahut kullanılan iletişim aracı ile sinyale dönüştürülerek alıcıya gönderilir. Burada önemli olan alıcının vericinin tam tersini yapması gerekliliğidir. Alıcı konumundaki kişi, alınan sinyallerden iletiyi yapılandırır ve hedefe verir. Kaynak tarafından iletilenin sinyale dönüştürülmesi işlemine kodlama; alıcı tarafından alınan sinyali anlamlandırma işlemine de kod açma denir.

Yukardaki şemada gözüken gürültü kaynağı da Shannon ve Weaver'a göre, her iletişimin vazgeçilmez bir parçasıdır. İletişim sırasında sinyale, kaynağın hiç amaçlamamış olduğu bazı unsurlar eklenebilir ve bunlar, verilen ve alınan sinyal arasında bir farklılığa, karmaşıklığa ve anlam bozulmasına yol açabilir. Sonuçta her zaman kaynak tarafından üretilen ileti ile alıcı tarafından yeniden anlamlandırılan ve

hedefe ulaşan ileti, aynı anlama gelmeyebilir. Bu da iletişimin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olur (Gökçe, 2005: 10).

Shannon ve Weaver'ın Matematiksel İletişim Modeli tek yönlü bir akışa sahip olmakla birlikte ana sorunu kaynak tarafından gönderilen iletinin hedefe ulaşım ulaşılamama durumu oluşturmaktadır. Araya giren gürültü sorunu da bu formülde diğer bir engel olarak görülmekte ve iletişimin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olduğu anlamına geldiği düşünülmektedir. Bu model sadece kaynağın amacı doğrultusunda yukarıdaki anlamı ile çözümlenebilir bir düşünce sistemidir. Hedef olarak konumlandırılan okur gönderenin niyet ve beklentileri doğrultusunda iletiyi almazsa bu aslında sadece gönderici açısından bir başarısızlık olarak değerlendirilir. Bu başarısızlık iletişimin de başarısız olduğu anlamına gelmez. Bu modeldeki bir diğer eksiklik de okurun tepkilerine yani geribeslemeye yer verilmemesi durumudur. Bununla birlikte eğer okurun iletiye verdiği reaksiyon ve cevap göndericinin amaçları doğrultusunda olmazsa bu modele göre yine başarısızlık anlamına gelmektedir.

Erdoğan ve Alemdar, Shannon ve Weaver'ın modelini soyut, sürekli ve karmaşık sistemler olarak üçe ayırmaktadırlar. Soyut sistemde (örneğin telgrafta) ileti ve sinyal birbirini izleyen farklı simgelerden oluşmaktadır. Telgrafta ileti, ard arda gelen noktalar, çizgiler ve aralıklardan oluşur. Sürekli sistemde ileti ve sinyal radyo ve televizyonda olduğu gibi sürekli değişir. Karışık sistem de ise örneğin multi-medya kullanan bilgisayar, hem sürekli, hem de soyut sistemin özelliklerini taşımaktadır (2005: 63).

Bu model iletişim kanallarını daha etkili kullanabilmek için yollar aranırken bulunmuş, üzerine çalışılmış ve çözülmeye çalışılan bazı sorunlara sahip bir iletişim modelidir. Shannon ve Weaver model üzerindeki çalışmaları sırasında üç düzeyde sorun olduğunu saptamış ve şu şekilde açıklamışlardır:

**Düzye A:** Teknik sorunlar: Mesajlar ne kadar kusursuz olarak gönderilebilir? Shannon ve Weaver bu düzeydeki sorunlarla ayrıntılı olarak ilgilenirler ve benzer sorunların başka düzeylerde de olduğunu belirtirler.

**Düzye B:** Anlamsal sorunlar: Gönderilen mesajlar istenen anlamı ne kadar doğru taşıdı? Burada ilgi, gönderilen anlam ile alınan anlam arasındaki

yakınlık ya da aynılıktır. Sorun teknik araçların taşıyıcılığı ötesinde, bu araçlardan birini kullanarak gönderilen herhangi bir “anlamın” aynı biçimde ya da doyurucu bir yakın anlamla alınıp alınmadığıdır. Bu da doğal olarak Shannon ve Weaver’in deney ve ilgi alanı dışındadır. Onlar için önemli olan anlam değil, şifrelenmiş mesajın aynen deşifre edilmesidir.

**Düzey C:** Etkililik sorunu: Alınan anlam davranışı ne kadar etkiler? Burada konu hedefte (okurda) istenen etkinin ne denli elde edildiğidir (Erdoğan & Alemdar, 2005: 63-64).

Gerçek anlamda incelendiğinde modelin aslında bir taşıma sistemi üzerine kurulduğunu söylemek yanlış olmaz. Alıcıya gönderilen mesajın doğru kodlanması ve yaratıldığı gibi eksiksiz olarak ulaştırılması yani kodlamanın doğru yapıp eksiksiz iletimi modelin ana sorunu ve sistemini oluşturmuştur. Araçlar arası iletişimde kabul görebilecek olan ama kişiler arası iletişimde birçok sorun ve verinin göz ardı edildiği bu sistem alıcıyı görmezden gelerek kaynak konumundaki kişiyi başrol oyuncusu yapmaktadır.

Kişiler arası iletişimde bu bakış açısı hep bir eksiklik ile karşılaşmakta ve alıcı konumundaki kişiyi pasif hale getirmektedir. Bir başka eksiklik de kişiler arası iletişimde tarihsel süreç içindeki iletişimin sosyal düzenidir. Bir mesaj gönderildiğinde insanlar bunu düşünmeden sadece o ana göre kabul edip özümsemezler; verilen tepkiler kaynak ile alıcının geçmiş ve muhtemelen gelecek ilişkileri de göz önünde bulundurularak ortaya konur. Erdoğan ve Alemdar’ın modelle ilgili yorumlarının devamı ise şu şekildedir:

“Modelle kurulan dünyada “teпки” yok; tepkiye yer verilmemiş. Modele Schramm ve diğerleri tarafından geribesleme kavramının eklenmesiyle de sorun çözülmemektedir. Çünkü model hala tek yönlüdür; hala bir egemen gönderen ve bir de ona uygun geribesleme (feedback) vermesi gereken alıcı vardır. Bu tür kuram, iletişimi bir telgrafla, e-posta ile bir mesaj göndermeye indirgeyen tanımda doğrudur. Fakat bir telgrafla veya e-posta ile bir mesaj gönderme iletişimin kendisi değildir: Telgrafı gönderen ile alan arasında tarihsel ve duygusal birbağlam vardır. İki kişi arasındaki bu geçmişten gelen bağlam koşulunda, telgrafla teknolojik bağlamla iletilen bir mesaj, bir ilişkisel sürekliliğin sadece bir anıdır. Bütünü değil” (2005:68).

Tezin ana karakteri olan okuyucu bu modelde pasif ve anlık bir iletinin alıcısı olarak konumlandırılmakta yapması gereken tek görevin de mesajın içeriğine göre alımlama yapması olmaktadır. Okur burada tarihsel ve sosyal köklerinden tamamen soyutlanmıştır. Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Kuramı Modelin açıklamasında okura bakış açısı sosyal bir varlık olarak değil matematiksel bir modeldeki bir sayı veyahut veri olarak ele alınmıştır ve konumlandırılmıştır. Bu matematiksel bakış açısı kaynağın egemenliği ve okurun söz hakkı olmaması anlamına gelmekte, Uyarıcı – tepki kuramındaki kapitalist sisteme uygun yapı ve sistemin devamına hizmet eden bakış açısını da desteklemektedir.

Shannon ve Weaver'in Matematiksel İletişim Kuramı ana akım kuramlara örnek olarak geliştirilmiş olup, iletişimi mekanik ve deneysel bir bakış açısı ile incelenebilecek düzeye indirgemiş ve okurun etki ve tepkileri göz ardı edilerek gönderici olan kişiyi esas kahraman haline getirmiştir.

### **2.1.3. Lasswell'in İletişim Formülü**

Ana akım temelli iletişim modellerinin bir diğeri de Lasswell'in iletişim formülüdür. ABD'de iletişim alanını kuran ve geliştirenlerin başında gelen Harold Lasswell bir iletişim eylemini tanımlamanın en doğru yolunun şu sorulara cevap aramak olduğunu belirtmektedir (Lasswell: 1948 :akt; Çalık,).

“Kim, neyi, hangi kanaldan, kime, hangi etkiyle” söyler? İletişim alanında büyük bir gelişme olarak kabul edilen bu model, Lasswell'in kendisi tarafından bir model olarak değil iletişim araştırmalarının farklı yönlerini belirtmek için kullandığı bir sistem olarak betimlenmiştir. Aşağıdaki şekil 2.2'de formülün modele dönüştürülmüş hali resmedilmiştir.

Kim?	Ne söyler?	Hangi kanal ile?	Kime?	Ne gibi bir etki ile?
→	→	→	→	
İletici	Gönderi	Araç	Alıcı	Etki

**Şekil 2.2 Lasswell'in İletişim Formülü (1948)**

Lasswell'in 1948'de L. Bryson'un editörlüğünü yaptığı "The Communication of Ideas" adlı eserinde önerdiği bu formül, aslında 1936'da siyaset biliminin temel sorusu olarak oluşturduğu "Kim, neyi, ne zaman, nasıl elde eder" sorunsalının kitle iletişim alanına birebir olarak bir uyarlanmasıdır. Bu model, Shannon ve Weaver'in geliştirdiği modelle paralellik göstermekle birlikte, iletişimin sistemini böylesine bir farklılığa uğratması iletişim araştırmalarını da etkilemiş; araştırmalar enformasyon kuramındaki modelle desteklenen Lasswell'in formülündeki sorulan sorulara yanıt bulmaya yönelmiş ve yeni alanlar açmıştır (Erdoğan & Alemdar, 2005: 71).

Formülün her alanı yeni bir düşünme alanı ve sorun ortamı yaratmakla birlikte bir araştırma nedeni haline gelmiştir. "Kim?" sorusu, iletişim araştırmalarını; "ne?" sorusu, içerik analizini; "hangi kanaldan?" sorusu, medya araştırmalarını; "kime?" sorusu, dinleyici, okuyucu, izleyici kitlesi araştırmalarını ve "hangi etkiyle?" sorusu da, etki araştırmalarını kapsamakta ve çalışma alanları açmaktadır.

Geleneksel olarak Ana akım araştırmalarında olduğu gibi iletişim Lasswell'in formülünde de tek yönlü bir süreç olarak betimlenmektedir. Kaynak, ileti ve alıcıdan oluşan bu formül iletinin alıcı üzerinde belli bir davranış değişikliğine yol açabileceğini savunmuştur (Gökçe, 2005: 12). Ayrıca alıcı konumundaki kişileri pasif olarak konumlandırarak formül dışı bırakmış ve çizgisel bakış açısını kaynak üzerinde konumlandırmıştır.

Lasswell'in modelinde okurlar enforme edilecek, iletinin yol açacağı etki sonucunda davranış değişiklikleri geliştirecek alıcılar olarak pasif bir konumda nitelendirilmektedirler. Erdoğan ve Alemdar'ın (2005) açıkladığı gibi bu modelde kaynak tarafından gönderilen ileti "neden" ve davranış değişikliği "etki" olarak

belirlenir. Bu etki tamamen tarihsel bağlamdan ayrı olarak betimlenmekte ve yaratılmakta ama aynı zaman da toplumdan topluma farklılıklar göstermektedir. İletişim bir aktarma yolu ise bu modeldeki toplumsal farklılıkların modele dahil edilmemesi modelin en büyük eksikliklerini yaratmıştır.

Gerek Avrupa gerekse Amerika'da Laswell'in formülü kitlelerin yönlendirmesinin mümkün olup olmayacağı sorularının sıkça sorulduğu bir dönemde ortaya atıldığından çok fazlaca kullanım alanı bulmuştur. Lasswell'de de kaynağın gönderdiği mesaj ile sadece alıcı konumunda olan hedefi etkilemeyi amaçlaması ve geri beslemeye göz ardı etmesi ile yukarıdaki modellerle benzerlik göstermektedir. Döneminin bakış açısını yansıtmakta olan bu formülde okur yine pasif konumdadır ve bireylerin tepkileri göz ardı edilmektedir.

Tüm bu anlatılanlar doğrultusunda, 1940'larda Amerikan iletişim bilimi (a) alan araştırmalarında sınırlı etki ve (b) laboratuvar araştırmalarında "kavrama uyumu ve kavrama uyumsuzluğu, seçimsel izleme.kullanım, seçimsel algılama ve seçimsel hatırlama (selective perception, selective exposure, selective retention) ile aktif izleyici çerçevesinde gelişmeye başlamış ve bir yeni alan doğmuştur (Erdoğan& Alemdar, 2005: 73).

#### **2.1.4 Kullanımlar ve Doyumlar**

Yukarıda anlatılan ana akım iletişim kuramlarının ilk ortaya çıktığı zamanlarda okur kaynak tarafından gönderilen iletiler ile etkilenen, etkilenmesi gereken pasif bir kitle olarak düşünülmüş ve formüllerde konumlandırılmıştır. Ancak daha sonraları etki kuramlarının iletişim sürecini açıklamada yetersiz kalması ve medyanın izleyici üzerindeki etkilerinin o kadar da doğrudan olmadığı görüşü ortaya çıkarak okurun aslında pasif olmadığı ve belirli koşullar altında tekrar incelenmesi gereken bir alanda bulunduğu ortaya çıkmıştır.

İlk yapılan araştırmalarda medyanın etkili olduğunun düşünülmesi belirli bir oran ve nüfus etme düzeyinde betimlenmemiştir. Bunun için Amerikalı araştırmacılar, ampirik araştırmalar yaparak çoğulculuk nosyonunun geçerliliğini nicel kanıtlarla açıklamaya çalışarak kitle iletişim araçlarının ve iletilerin kitleler üzerindeki etkisinin

karmaşıklığını göstermeye çalışmışlardır (Bennett,1982;akt; Yaylağül,s:39-42). Bu gelişmeler 1950’li yıllara ortaya çıkan “güçlü etki”, “hipodermik iğne” gibi modelleri, egemen paradigmanın temel araştırma ve inceleme alanı ve sorunu olmaktan çıkarmıştır.

Yapılan araştırmalar önceleri siyasi merkezli olup kişilerin oy verme nedenleri ve tutumlarının medya içerikleri ile değişip değişmediğinin incelenmesi ile yapılmış ve ortaya daha önceleri savunulan kişileri etkilemedeki güçlü etkinin tersi olarak, kitle iletişim araçlarının tutum ve kanaatleri değiştirme gücünün sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Bu Sınırlı etki okuru, pasiflik sarmalından kurtarıp güçlü bir konuma getirmiş; okur artık medya içeriğini seçerken aktif bir role sahip olmuştur. Buradaki bakış açısı ile, Amerikan toplumsal ve kültürel yapısındaki ‘birey’, ‘tüketici’, ‘izleyici’, ‘yurttaş’, ‘kitle iletişimi’ kavramlarının yeniden tanımlanmasında çok önemli bir rol oynamaktadır (Bennett, 1982, Hall, 1999; akt; Güngör).

Bu bakış açıları ve tanımlar da kendi içinde handikaplara sahiptir ve okur pasiflikten kurtulurken aslında yeni bir pozisyona sahip olmaktadır. Etki kuramlarındaki medya merkezli yaklaşımlardan birden okur merkezli bir yaklaşıma geçilmekte ve diğer toplumsal şartlar göz ardı bırakılmaktadır. Ayrıca okura verildiği söylenen aktiflikle aslında medya bir şekilde sorumluluklarından sıyrılmakta ve kitleler üzerinde oluşabilecek olumsuzlukların sonuçlarına karşı bir savunma alanı yaratılmaktadır.

Daha önce yapılan çalışmalardaki medyanın insanlara ne yaptığı sorusu yerine, insanların medya ile ne yaptıklarının daha önemli olduğu görüşünü ortaya atan Psikolog Elihu Katz, bir tartışma başlatarak medya alanındaki çalışmaların yönünü değiştirmiş ve yeni bir yaklaşım yaratmıştır. Elihu Katz’ın araştırmalarına dayanan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı kişilerin toplumsal bağlamda incelenmesi gereken varlıklar olduğunu savunmaktadır. İnsanların hem toplumsal hem de psikolojik ihtiyaçları ve gereksinimleri olduğunu bu ihtiyaçlarını da çeşitli şekillerde karşılamaya çalıştıklarını belirtmektedir. Medya da bu gereksinimleri karşılamaları için ilişkiye girebilecekleri en önemli tatmin noktasıdır. Bu tatmini yaratırken bunun yanında medyanın etkisi olarak birtakım istenmeyen veya niyet edilmeyen sonuçlar da ortaya çıkabilir (Katz & Lazarsfeld, 1955; akt; Çalık).



Bu yaklaşım incelendiğinde okura yüklenen aktiflik aslında o kadar da olumlu bir anlam taşımamakta, Katz'ın da belirttiği medyaya maruz kalma durumu neticesinde ortaya çıkabilen istenmeyen sonuçlar aslında okurun kendi iradesi ile yaptığı tercihler neticesinde olduğu için kitle iletişim araçları ve bunları yöneten güçler bu yaklaşımda temize çıkarılmaktadır. 1960'lı yıllara gelindiğinde etki çalışmaları mesaj merkezli durumundan çıkarak daha geniş bir bakış açısında sahip bir ortam haline gelmiştir. Bu ortam içinde düşünürler, iletişimin etkilerine yönelik yeni bir yönelim arayışına girmişlerdir (Oskay, 1985: 135-156).

Bu yeni düşünce sistemi, "İşlevsel İletişim Araştırmaları" olarak nitelenmektedir. "Kullanımlar ve Doyumlar" adı da verilen bu yaklaşımla iletişimin çizgisel sisteminin dışına çıkılarak medyanın içeriklerini deneyimlemede okurun "aktif" olduğu kabul edilmiştir. Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, iletişim araçlarının okur üzerindeki "etkisinin", bu araçlardan yayılan içeriğin pasif beyinlerin ele geçirilmesi olarak anlaşılamayacağı bunun tam tersi olarak insanların aslında mesajları seçtiğini, özümlediğini veyahut reddettiğini sonucundan çıkarak meydana getirilmiştir. Bu yaklaşım okuru pasiflikten çıkarıp aktif seçiciliğe yöneltmektedir. Burada adı geçen Aktif okur olgusuna göre, iletişim süreci, herhangi bir durumu anlamaya çalışan kişilerin ya da grupların etkinliklerinde saklıdır (Yavuz, 2005: 8-9).

Tüm bu gelişmeler ışığında yapılan araştırmalar iletişim sürecinin eksik kalan aktörleri yani dinleyici-okuyucu üzerine yönelmiş, okurun kitle iletişim araçlarından faydalanmak için ne yaptığı, ne istediği ve sonuçta ne elde ettiği; yani kitle iletişim araçlarının istek ve beklentilere cevap verip vermediği gibi sorular üzerinden araştırmaların odak noktasını oluşturulmaya başlamıştır. Araştırma sonuçlarından yola çıkarak kişilerin kitle iletişim araçlarına yönelmelerinin esas nedeninin yaşam içinde ihtiyaç hissettikleri bazı gereksinimlerini karşılama arzusu olduğu ortaya çıkmıştır. Bu gereksinin karşılandığında da dinleyici-okuyucu kitlesi, belli bir doyuma ulaşır ve gerginlikler azalmış olur (Gökçe, 2005: 204).

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı okuyucuların yaşam içinde gereksinim hissettikleri ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kitle iletişim araçlarına yöneldikleri varsayımından yola çıkarak "İşlevselci Sosyolojik" kuram arasında bir ilişki doğurarak gelişimini tamamlamaktadır. Kitle iletişim kuramı ve İşlevselci Sosyolojik kuram arasındaki bu ilişki, Amerikalı siyaset bilimci Harold Laswell tarafından

1940’larda dört parça olarak ortaya atılmıştır. Laswell’in (1948) iddiasına göre kitle iletişim araçlarının toplum için dört temel şey yaptığını ve bunların:

- Onlar çevreyi gözetlerler(haber ve bilgi verme işlevi),
- Bu bilgiyi toplumla bağlantılı hale getirirler (editörlük işlevi),
- Eğlendirirler (saptırma işlevi),
- Kuşaklar arası kültür aktarma işlevini gerçekleştirirler (toplumsallaştırma işlevi)

olduğunu savunmuştur (Lull,2001: 132, aktaran; Çalık).

Kitle iletişim araçlarından yukarıda betimlenen gereksinimleri edinen okur ise aşağıdaki beklentilere sahip olmayı amaçlamaktadır. (McQuail, Blumler ve Brown, 1972;aktaran; Güngör, Nazife):

- Kişiliğin güçlendirilmesi, prestij ve güven kazanma;
- Gündelik sorunlardan kaçma, duygusal rahatlama ve eğlence;
- Bilgi, fikir sahibi olma;
- Dostluk, arkadaşlık vb. kişisel ilişkiler kurma.

Yukarıda verilen gereksinimler üzerinden herhangi bir bireyin kişiliğini güçlendirme, saygınlık ve güven kazanma gibi gereksinimlerini hem haber bültenlerinde, hem de yarışma programlarında karşılayabildiği, haber bültenlerinden kültürel eksikliklerini kapatarak, yarışma programlarını seyredecekse orada sorulan soruları bilip bilmediğini denetlemiş olduğu gözlemlenmektedir. Tüm bu veriler neticesinde kişi, böyle yaparak hem kişiliğini güçlendirmiş, hem de güven kazanmış gibi bir doyuma ulaşır (Gökçe, 2005: 206).

Kullanımlar doyumlar yaklaşımı sayesinde okurun pasifliği aktifliğe dönerek okur merkezli yaklaşım etki merkezli çalışmaların kaynak ağırlığına bir son vermiştir. Katz 1959’da kitle iletişim araçlarının izleyiciye/okura ne yaptığından çok okurun kitle iletişim araçları ile ne yaptığına dikkat edilmesi gerektiği savını ortaya atarak, ana akımın ilk modellerinde görülen gönderenin ağırlığını alıcı ve gereksinimleri ön plana getirerek değiştirilmesi gerektiğini savunmuştur.

Aktif okur/izleyici görüşü iletişim sürecinin başlangıç noktasını, herhangi bir durumu anlamaya çalışan kişilerin hareketlerinden doğduğunu savunmaktadır. Çünkü iletişim ancak bir kaynaktan ileti gönderilmeye karar verildiğinde başlar. Alıcı.okuyucu belli bir enformasyonun zaman ve yer durumuna uygunluğunu algılar ve enformasyonu kendi anlam bütünlüğü içinde şekillendirerek betimler. Bu bakış açısı ile serbest seçmeyi ve kişisel sorumluluğu merkez olarak gösteren ideolojinin egemen olduğu bir toplumsal yapı görevseldir (Erdoğan & Alemdar, 2005: 162).

Kullanımlar ve Doyumların bakış açısına göre okurlar/alıcılar kendi ihtiyaç ve gereksinimlerine göre belirli seçimlerde bulunurlar. Bu seçimler kendilerine gönderilen sayısız kaynağın iletisi arasından yapılmaktadır. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkileri sadece iletilerin amaçlarıyla ilgili olmadığı gibi bu iletileri üretenlerin etki etme amaçlarıyla da ilişkilendirilemez. Esas nokta bireylerin sahip olduğu iletişime başlama, devam etme ve bitirebilme özgürlüğüdür. Bu görüş açısından da görüleceği gibi bu yaklaşım da diğer ana akım yaklaşımlar gibi sistemin devamlılığı ve bütünlüğü için mutlak gereklidir.

Sistem çıkmaza girdiği anda daha önce savunulan savların tersini savunmaya başlayarak aslında tekrar aynı amaca gelmektedir. Seçim ve etkideki tüm sorumluluk ve yetki alıcıya/okuyucuya yüklenerek denetçilerin sorumluluğu ve sistemin devamı meşrulaştırılmaktadır. Çünkü aktif izleyici savındaki kişinin kendi tercihini kendisinin yapması durumu bu seçimin sonuçlarına da kendisinin katlanacağını söylemektedir. Dolayısıyla kitle iletişimi örgütleri “etki eden” konusuna ilişkin hiçbir şeyden sorumlu tutulamaz ve hedef gösterilemez. Başka bir deyişle, kitle iletişimcilerinin gönderdiklerini içeriği ve etkisi nedeniyle eleştirmek haksızlıktır; çünkü okuyucu okumamak, başka habere geçmek ya da kaynağı seçmek özgürlüğüne sahiptir (Erdoğan & Alemdar,2005:167).

Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımının da yeterince değinmediği, medya içeriklerini ve güdülerle gereksinim duyma halinin kaynaklandığı toplumsal şartlar göz ardı edilmemesi gereken bir başlık olarak göze çarpmaktadır.

İçerik açısından bakıldığında ise medya içeriklerinin yeterince açıklanmadığı okurun isteklerinin içeriğin oluşturulmasında etkili olup olmadığı belirtilirken okurun hiç bilmedikleri bazı ihtiyaçlara nasıl gereksinim duyabilecekleri açıklanması gereken diğer bir soru olmuştur.

Göz ardı edilmemesi gereken durum medya alıcı okurlarda yeni gereksinimler yaratmada çok etkili bir araçtır. Ancak bu yaklaşımda bunun bilinçli olarak göz ardı edilmesi okurların her sunulanı istemiş olmaları durumu gibi imkansızdır. Medya içinde yer alan tüm sakıncalı içeriklerin okuyucu alıcının isteği ile verildiği ve yayımlandığını düşünmek gerçekçi bir yaklaşım değildir. Bu sadece medyanın içerik yaratırken kendisine bir alan yaratmak için meşrulaştırmaya çalıştığı bir düşünce olarak tanımlanabilir. Bu meşrulaştırma okura belirli seçenekler sunulduğu ve okurun bunlar arasından seçtiklerinden kendisinin sorumlu olduğunu belirtilmektedir; ancak okurun sadece bu seçenekler arasından seçim yapabilecekleri ve her isteğinin de medyada yer almadığı gerçeği göz önünde bulundurulmalıdır.

Nordenstreng'in Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı ile ilgili düşünceleri de bu yaklaşımın eksiklerini göz önüne sermektedir:

“Kişilerin doyumuna dayanan bir modelin “değer yargısız” olduğu ileri sürülemez. Bu model kaçınılmaz olarak statükoyu koruma yönünde çalışır, çünkü kişiler boşlukta gelişmez, fakat varolan toplumsal yapı içinde şekillenir ve kitle iletişim araçları tarafından etkilenmemiş olamazlar” (1970: 131, aktaran Erdoğan & Alemdar, 2005: 168).

Tüm bu anlatılanlar ışığında etki yaklaşımının bakış açısı ile kişileri etkileme ve alıcı aktifliğini sorun edinen “Kullanımlar Doyumlar” yaklaşımı geleneksel etki araştırmaları ile farklı bir yaklaşım sergiler. Etki araştırmalarında merkezde olan iletiyi gönderen ve ileti iken “Kullanımlar ve Doyumlar” yaklaşımında okur merkezi bir konuma alınarak aktif olarak görülmektedir. Bu farklılığına rağmen okurun yine tarihsel ve sosyal koşullarından soyutlanmış olarak incelenmesi ve güç ilişkilerinin de aslında okura aktiflik özelliğini kazandırarak göz ardı edilmeye çalışılmış olması açısından “Kullanımlar ve Doyumlar” da diğer ana akım yaklaşımlarla ortak noktada kesilmektedir.

## 2.2. Eleştirel Yaklaşımlarda Okur

Tarihsel gelişim içinde yapılan tüm okur araştırmaları sonucunda eleştirel kuramlar ve okura yaklaşım arasında bir ilişki tam olarak oluşturulamamıştır. Birçok alanda araştırma ve deneyleme alanı yaratan eleştirel yaklaşım için

“Yapılan farklı çalışmalar, incelenen farklı konular ve araştırmalara rağmen bu yaklaşımların ortak yönü, varolan toplumsal ilişkilerin ve iktidar ilişkilerinin sürdürülmesinde iletişimin ne gibi bir rolü ve işlevi olduğunu sorgulayarak bu konudaki yaklaşımlar arasında ilişki kurmalarıdır” (Slack & Allor, 1983: 208 aktaran; Çalık,) tanımı ile çerçevesi tanımlanabilir.

Çeşitli görüşler ve bakış açıları ile eleştirel yaklaşım gözünden “okur” Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültür Araştırmaları çerçevesinde çok farklı ele alınmış ve incelenmiştir. İngiliz Kültür Araştırmalarında okur mesajları belli şekilde “kodaçılama” yolu ile irdeleyen aktif bir pozisyonda tanımlanırken Frankfurt Okulu’nda toplumsal koşullara bağlı olarak yenilmiş ve varlık gösteremeyen pasif bir konumda betimlenmektedir. Bu tezde okur tanımı ve konumu tüm bu araştırmaların ışığında tarihsel bağlamdan ayrı düşünülmeden tanımlanmaya çalışılmıştır.

Eleştirel yaklaşımların temel olarak dayandığı düşünce tarzı kitle iletişim araçlarının mevcut düzenin korunması ve yeniden üretilmesi için kullanıldığı görüşünden yola çıkmaktadır. Marksizm’in etkisinde kalarak gelişen eleştirel kuram tanımladığı nesnelere, kullandığı ifade tarzına, kavramlara ve yarattığı temalara tarihsel maddeci sorunsal yön ve güç vermektedir (Sholle, 1992: 269; aktaran; Yaylagül). İnsan kuramının ve incelemenin merkezinde yer aldığı Marksist yaklaşım Marks tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır:

“Yaşayan insana ulaşmak için, biz insanın düşündüğünden, düşlediğinden veya insanın düşünülüşünden, hayal edildiğinden ve hikaye edildiğinden başlayarak yola çıkmayız. Biz gerçek, etkin insandan başlayarak yola çıkarız ve insanların gerçek hayat süreci temeli üzerinde bu hayal sürecinin yansımalarını ve ideolojik yansımalarının gelişmesini gösteririz” (Marks & Engels, 1846: 14, aktaran; Çalık).

Kaynak ve iletinin ön planda olduğu ana akım yaklaşımlarla kıyaslandığında alıcı.okur eksikliğinin eleştirel kuramda daha çok yer bulduğunu ve ana çalışmaların bu alanda yapıldığını söylemek yanlış olmaz. Okur çalışmaları eleştirel kuram açısından incelenirken tarihsel koşullar ve çalışmanın yapıldığı dönem yine çalışmanın esas donelerini belirlemektedir.

Eleştirel yaklaşımlar ve okur bölümünde incelenecek olan kültürel çalışmalar içerik olarak toplumu oluşturan birey ve grupların kültürlerini nasıl korumaya çalıştıkları veyahut nasıl yeniden oluşturdukları görüşü ile incelenmiş olup Marx'ın ilk dönem çalışmalarından etkilenen Gramsci, Althusser ve Frankfurt Okulu üyelerinden, Adorno, Horkheimer, Marcuse ve Habermas gibi ikinci kuşak temsilcilerin çalışmaları ve görüşleri ile betimlenmiştir.

Kitle iletişim araçlarını kültürel ve ideolojik aygıtlar olarak görüldüğü Frankfurt Okulu, Gramsci, Althusser, İngiliz Kültür Araştırmaları ve yapısalcı dilbilim çözümlenmeleri medyanın ve gene medya içinde yaratılan tüm içeriklerin siyasi ve ideolojik bir tartışmasını yapmaktadırlar. Yaylagül bu durumu şu şekilde açıklamaktadır.

“Medya, yer verdiği olaylar ve olgulara belli anlamlar yükleyerek biçim vermekte ve böylece egemen sınıfın ideolojisinin topluma yayılmasını sağlamaktadır. Örneğin haber medyası olayların seçilmesi, çerçeveleme, tanımın oluşturulması ve karşıtların belirlenmesini sağlar. Yani, medya seçme, dışarıda bırakma, bazı noktaları ön plana çıkarma, çerçeveleme gibi haber üretim sürecinin rutin pratikleri ile gerçekleri ideolojik olarak yeniden inşa eder” (Yaylagül, 2008: 83).

### **2.2.1. İngiliz Kültür Araştırmaları**

Eleştirel yaklaşımların İngiltere’de yansıması olan İngiliz Kültür Araştırmaları, Frankfurt Okulu’na ve Marksist yaklaşıma dayandırılır. Bu akımlardan ayrıldığı nokta ise kültür ve topluma, kitleyi oluşturan bireylere bakış açısıdır. Çalışmalarını tek bir alanla sınırlamayan İngiliz Kültür Araştırmaları; sosyoloji, antropoloji, edebiyat, medya, dilbilim gibi alanlardan yararlanarak kendi görüşünü betimler.

İngiliz Kültür Araştırmaları okura bakış açısı ile okurun toplumsal ve kültürel yapı içinde değerlendirilmesi temeline dayanan eleştirel yaklaşımın içinde yer almaktadır.

Kültürel Çalışmalar adını 1964 yılında Birmingham Üniversitesi'nde kültürel biçimler, gelenekler ve kurumlar ve onların toplumla ve toplumsal değişimle ilişkiler" konusunda doktora çalışmaları merkezi olan, Centre Contemporary Cultural Studies (CCCS- Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi)'den alır. Bu merkez bu tarihe kadar iletişim alanında çalışılan tüm kuramsal yaklaşımları ve bakış açılarını kendi perspektifinden yorumlayarak farklı kuram ve kavramları bir araya getirmiştir.

"Kullanımlar ve Doyumlar" yaklaşımı, mesajı seçen, anlam yaratan aktif izleyiciyi odak noktası yapması ile dikkat çekmiş ama psikolojik bir boyuttan bakarak, tekil yorumlar üzerinde durulmuş, özel okumaların ne derecede kültürel yapılardan destek aldığı ve hangi toplumsal grupların dolayımından geçtiği incelenmemiştir. İçine girdiği toplumsal değişimler ve dönüşümler ile yeni bir anlam yaratabilen ve bu anlamları başat kabul ederek tutum geliştiren bu yaklaşım okuru anlamaya yönelik, klasik etki araştırmalarının dışında yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duymakta ve gerekli olan farklı yorumları, toplumun sosyo-ekonomik yapısıyla ilişkilendiren farklı grup ve sınıf üyelerinin, nasıl olup da, aynı mesajı farklı anlamlandırdıklarını bulmaya çalışmaktadır.

Bu yeni arayış ihtiyacı okurun içinde yer aldığı alt kültürlerin, farklı grupların ve sınıflar arasındaki kültürel kodların nasıl dağıldığı ve bölüştüğünü ortaya çıkarmaya ihtiyaç duymaktadır.

"Okurun, kültürel bir grubun üyeleri olarak mesajları belli şekilde kodaçılmaya eğilimli kişiler olarak görülmesini amaçlayan bir yaklaşıma duyulan gereksinim, izleyicinin etki araştırmaları perspektifinden çıkarılmasını gerektirmektedir" (Yavuz, 2005: 9-10).

Kültürel Araştırmalar'da genel olarak okurun medya içeriklerinden bir anlam çıkarması beklenmektedir. Bu beklenti ideolojiden bağımsız olmayan bir düzende oluşmaktadır. Bu düzeni anlamak için öncelikle Kültürel Araştırmaların kültüre yaklaşımlarına bakmak faydalı olacaktır.

İngiliz Kültür Araştırmaları, kültür kavramını daha önceki teori ve kuramlardan farklı bir düşünce tarzı ile konumlandırmaktadır. Daha önce yapılan alçak kültür ve yüksek kültür gibi ayrımları reddederek toplumu bir bütün olarak ele alır. Ama kendi arasında da bir ayrıma giderek homojen bir kitle kültürü yerine farklılıkların ortaya çıkarıldığı popüler kültürden bahsetmektedir. Popüler kültür, kitle kültürü kavramındaki egemen ideoloji tarafından sunulanı sorgulamak yerine, kendisine sunulanı sorgulayabilen ve bunlara kendisinden bir şeyler ekleyebilen bireylerin oluşturduğu popüler kültür kavramı üzerinde durmaktadır.

Kellner'e göre İngiliz kültür araştırmaları yeni bir perspektif yaratmıştır. Bu perspektif kültürün alçak, popüler ve elit gibi ayrımlara tabi tutulduğu düşüncesinden ayrılarak, tüm kültür formlarını değerlendirmeye ve eleştiriden geçirmeye değer gören bir yaklaşımdır.

Kellner kültürün siyasal boyutunu da inceleyerek, çeşitli kültür tipleriyle onların değişiklik gösteren politik etkileri konusunda siyasi farklılıklar olduğunu savunmuştur. Irk, cins ve sınıf incelemesini kültür ve iletişim araştırmasının merkezine yerleştirerek, kültürü toplumun içinde anlamlandıran eleştirel bir yaklaşım benimsemiş bununla birlikte kültür araştırmalarını çağdaş toplumsal teorinin ve muhalif politikaların alanına yerleştirmiştir (Kellner,1973:akt; Çalık).

Bu bakış açısına tam ters olarak Williams'a göre ise kültürün ne olduğunun tam olarak bilincine varılması mümkün değildir. Çünkü kültürün sınırlarına ulaşmak imkansızdır. Kültür bilinçli olarak oluşturulmayan, anlamların, değerlerin ve aktivitelerin paylaşıldığı bir sistemdir. Toplum içinde kendiliğinden yer bulmakta ve devamını sağlamaktadır. Williams'ta kültür, bir toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılan anlamların ve değerlerin oluşumunu içermektedir. Kültür bu boyutu ile sadece bazı ayrıcalıklı insanların paylaşabilecekleri bir "yeti" olmaktan çıkarak "herkesçe paylaşılan haline gelmiştir. (Eagleton, 2000: 119; akt: Yaylagül).

Gramsci'nin görüşlerinden etkilenen Kültürel Araştırmalar kültürü açıklarken medyanın ideolojik yapısını kullanmış hegemonya kuramını, özellikle, daha sonra da ele alınacak olan, Williams ve Hall tarafından kültürlerin çoğullaşması ve popüler kültürle kitle kültürünün birbirinden ayrılması şeklinde değerlendirmiştir.



Gramsci'nin hegemonya kavramı, "iktidarın kendi işlerliği adına, hakimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejiler alanı, "rızanın üretimi" olarak anlaşılır ve bağımlı bilinç biçimlerinin şiddet ya da zora başvurulmadan inşa edildiği süreçleri işaret eder"( Gramsci;2009).

İçinde bulunulan sistemin devamı için hegemonyanın uygulandığı kitlelerin bilincinde iktidarın yeniden üretilmesi gerekmektedir. Hegemonya kavramı genel olarak yönetici sınıfın genel geçer değerler üzerinde bir egemenlik kurma durumudur. Bu kuramın temelinde yer tutan ve çok kolay gözden kaçan istikrarlı olmama durumu sistem için sorun yaratmaktadır. Hiçbir ideoloji, egemen sınıf ne kadar bütünleştirici olursa olsun toplumun tüm gruplarının sürekli ve değişmeyen rızasını sağlayamaz. Tüm bu anlatılanlardan sonra hegemonyanın içinde devamlı müzakere yapılması zorunludur.

Hegemonyada önemli olan, istikrarlı ve hazır bir şeklinin olmayıp aksine aktif bir biçimde kazanılıp korunması gerektiğidir. Gramsci'nin bu bakış açısının kendisinden sonrakilere bir pencere açmasının nedeni de bireylerin hegemonya karşısında sadece pasif nesnelere olduklarına yönelik önyargıyı tartışmasıdır.

Stuart Hall konuyla ilgili olarak hegemonyaya ilişkin şu saptamada bulunur;

"sürekli hegemonya yoktur; hegemonya somut tarihsel durumlarda sadece kurulabilir, analiz edilebilir. Bunun öteki yüzü ise, hegemonik koşullar altında bile, bağımlı sınıfların topyekün bir biçimde teslim alınmasının mümkün olmadığı gerçeğidir" (Özbek, 1994: 82).

### **2.2.2. Kültür Çalışmalarında Okur**

İngiliz Kültürel Araştırmalarının önemli isimlerinden biri olan Raymond Williams, kültür sosyolojisi ve edebiyat eleştirisi üzerine çalışmalar yapmış bununla birlikte sol eğilimli "Politics and Letters" adlı derginin de kurucuları arasında yer almıştır.

İngiltere'de Marksist kültürün gelişmesinde çok önemli etkileri olan Williams kültürel materyalizm olarak tanımladığı "kültür" ile ilgili çalışmaların kültürün dil, edebiyat, iletişim, ideoloji gibi alanlarının incelenerek tanımlanabileceğini belirtmiş

incelemiş ve bunların üretim biçimi, sınıflar ve demokrasiyle ilişkisini içeren bir kültür kuramını ortaya çıkarmıştır. Kültür kavramının tek başına değerlendirilemeyeceğini toplum ve ekonomi gibi olgularla incelenmesi gereken bir alan olduğunu belirten Williams tarihsel süreç boyunca bu olguların aslında sürekli bir etkileşim içinde olduklarını ve anlamsal değişimlerinin de bu etkileşime bağlı olarak gerçekleştiğini söylemektedir.

‘Toplum’ eskiden yakın arkadaşlık, beraberlik, ‘beraberce yapmak’ anlamında iken, şimdi ise genel bir dizge ya da düzen anlamında kullanılmaktadır. ‘Ekonomi’ de üretim, dağıtım ve değiş tokuş dizgesi anlamında kullanılmadan önce bir evin idaresi anlamında iken, ‘Kültür’ önceleri hayvan ve ürünlerin yetişmesi daha sonra da bu anlamından türeyerek insan yeteneklerinin gelişmesi anlamında kullanılmaktaydı. Bu üç kavram modern gelişmelerinde ayrı ayrı yollardan ilerlemediler, tersine hepsi kritik bir noktada diğerlerinin hareketlerinden etkilendiler (Williams,1990: 15, akt: Özbek).

Williams’ın kültüre bakış açısı, kültürün, toplumsal değişimlerin paralelinde incelenmesi gereken bir alan olduğu doğrudur. Kendisine göre ancak seçkin bir kesim tarafından yaratılabilecek genel geçer kültür anlayışına karşı çıkmış ancak kültürün toplumdaki tüm bireylerin paylaştığı anlam ve değerlerden oluşabileceğini ve kültürün sadece belli bir sınıfa ait olamayacağını belirtmiştir. Ona göre kültür “herkesçe paylaşılandır” (Williams;1993;akt:Aydın).

Williams kültürü tanımlarken iki temel tanımda bulunmuştur:

“Kavramın zorlukları açıkça görülmektedir; fakat kavram, en kullanışlı şekli ile, ilgi alanlarının birbirine yaklaşmasının en eski formlarından biri olarak anlaşılabilir. İki temel şekil göze çarpmaktadır: (a)Toplumsal etkinliklerin, fakat belirsiz ki “özgüllük taşıyan” –dil gibi, sanat üslupları gibi, entelektüel çalışma şekilleri gibi- bütün “kültürel” etkinlik katmanlarının üzerinde yer alan, bütün bir yaşam biçimini içeren “bilgilendiren tin” olarak ve (b) öncelikle diğer toplumsal etkinlikler tarafından biçimlendirilmiş bir düzenin doğrudan ya da dolaylı ürünü olarak, tam olarak betimlenebilen bir kültürün içinde yer aldığı “bütün bir toplumsal düzen” olarak (Williams, 1993: 10; akt: Aydın).

Kültür Williams'ın bakış açısı ile hem bütünsel bir yaklaşım ile tüm toplumsal koşulları içinde barındıran hem de bireysel özellikleri içermesi gereken olarak betimlenmektedir.

Williams radyo, gazete, sinema gibi kitle iletişim araçlarının toplumsal değişmede çok büyük önemi olduğunu ve bu araçların kitleleri yönlendirmek için egemen sınıflar tarafından kullanıldığını söylemiştir. Bu etkileşim içinde kitlelerin nasıl bir hal aldığı ve nasıl etkilendiği Williams'ın çalışma konusunun esasını oluşturmaktadır.

Birmingham Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin kurucu üyesi olan Stuart Hall, genel olarak kültür, ideoloji ve kimlik konuları üzerine çalışmaktadır. Hall ideolojik olarak kodlanmış kültürel biçimlerle, okurların/izleyicilerin kod açımı stratejileri üzerine çalışmıştır.

Gramsci'nin ideoloji ve hegemonya ile ilgili çalışmaları diğer birçok kuramcı gibi Hall üzerinde etkili olmuş, toplumsal ilişkilerin dönüştürülmesinin zorunlu yapısının var olan ideolojinin ve bu ideolojiyi üreten aygıtların işleyiş biçiminin de etkili olması durumunu yarattığını savunmuştur.

Gramsci'ye göre "hegemonya", gönüllü ve kendiliğinden oluşan "rıza"ya dayalıdır; bununla birlikte değişken olarak toplum içindeki sınıfların ilişkilerine göre farklı biçimler alır.

Hem sivil toplumun hem de devletin tüm araçlarının içine dahil olduğu 'Yönetici blok', devlet ve sivil toplum arasındaki alan olarak tanımlanır. Yönetici blok, diğer sınıflar üzerinde hegemonyasını yitirmiş olduğunda bile bunlara bağımlı kılmayı sürdürmesini sağlayan baskıcı aygıtlar (polis ve ordu) üzerindeki denetiminden ötürü iktidarı elinde tutmaktadır(Gramsci, 2009;akt; Çalık).

Hall'a göre kitle iletişim araçları çağdaş kapitalizmin en önemli ideolojik aygıtlarındandır. Kitle iletişim araçlarına toplumu bir arada tutma görevini yükleyen bu yaklaşım bu durumun hegemonik kodların üretimi ile yapıldığını savunmaktadır. Tüm bu gerçeği temsil etme durumu kodlar için kısıtlanmış bir toplumsal açıklamalar dizisini kullanan sınırlı bir egemen söylem üzerinden tanımlanır. Kodların en önemli özelliği ideolojik etkilerini doğal görünerek kazanmalarındır.

Hall'a göre, kitle iletişim araçları, grupların ve sınıfların, öbür gruplara ve sınıflara egemen olabilmek için ürettiği mesajlardır. Medyanın işleyişinin ideolojik olduğunu savunan Hall medyanın üniter bir yönetici sınıfın diğer dünyaları temsil ederek ve sınıflandırarak modern dünyanın tamamlılığına dahil edilebilmesi durumunu ortaya koymaya çalışmaktadır.

Medya, örgütlenmemiş kitleler karşısında iktidarın örgütleyici merkezlerinden gelen seslere iktidarı tanımlamada ve sınırlamada daha büyük bir ağırlık vermekte ve meşruluğu sağlamaktadır (Hall, 1999: 232-235, akt, Yavuz, 2005).

Medyanın tüm bu ideolojik durumuna rağmen yine de aktif bir okurdan söz etmek olanaksızdır. Hall bu analizlerinde çoğunlukla metin analizini kullanmaktadır. Kültürel ürünlerin, yaşam pratiklerinin bir metin olarak ele alındığı bu yaklaşım medya açısından da medya ürünlerinin okunan metinler olarak ele alınması ile oluşmasından meydana gelmiştir. Okurlar kendilerine sunulan bu metinleri kendi anlamlandırma şekillerine göre kabul veya reddedebilirler.

Hall okurların medya metinlerini anlamlandırmalarını üçe ayırmaktadır:

### **1) Yeğlenen;**

Kaçınılmaz bir toplumsal düzenin hegemonik bakış açısına göre betimlenen bu ayırım; medya metinlerinin egemen ideolojinin yeniden üretimi olduğuna vurgu yapmaktadır.

### **2) Tartışmacı;**

Kısmen egemen olanın benimsendiği ve daha gevşek bir alan olan bu konumda okur metnin belli kısımlarını uygun bulurken, belli görüşleri de reddedebilir.

### 3)Muhalif:

Ancak hakim söylemin ve ideolojinin farkında olan insanlar tarafından yapılabilir olan ve kendisinden zıt karşıt bir dünya görüşüne göre ulusal çıkarı sınıf çıkarına çevirerek yorumlama anlamına gelmektedir; (Hall,1999: 267; aktaran: Yavuz, 2005).

Hall'a göre okur aktiftir ve egemen sınıf tarafından üretilen medya içeriklerinin metinlerine belli anlamlar yüklediklerini, ancak okurların bunu kendine göre anlamlandırdığından söz eder.

Hall medya metinleri çözümlemesinde okurun kendisine sunulan medya içeriklerinden istediğini aldığını, bu metinleri kendi algı süzgeçlerinde geçirerek kendi anlamlarını ürettiğinden bahsetmektedir. Burada anlam üretme süreciyle birlikte, medya metinlerinde olduğu gibi medya metinlerini içine alan kültüründe içine dahil edildiği bir süreç başlamaktadır.

İletişim Kuramlarında kültür kavramının genel geçer etkisi Hall'ın düşünce yapısında da önemli bir rol oynamaktadır. Hall, popüler kültürü şu şekilde tanımlamaktadır;

“Kültür, bir ittifak (razi olmak anlamında) ve direnç arenasıdır. Kısmen de olsa egemenliğin (hegemonya) ortaya çıktığı ve güvence altına alındığı yerdir. Bununla birlikte o, sosyalizmin ve sosyalist kültürün yalnızca basitçe ‘ifade edilebileceği’ bir alan değil; aynı zamanda üzerine tesis edileceği yerlerden biridir. ‘Popüler kültür’ün önemi de buradan kaynaklanır” (Aktaran Storey, 2000: 10, aktaran; Yavuz, 2005).

Kültürel çalışmalar içinde okur ile ilgili araştırmalarda bulunan bir diğer isim de David Morley'dir. Hall'un çalışmalarından oldukça etkilenen Morley metnin esas anlamının alıcı tarafından okunmaya başlandığında başladığını öne sürmektedir. Esas çalışma alanı mesajın incelenmesi ve alımlama sürecinde nelerin etkili olduğudur.

Kodlama kod açıklama kavramından çıkarak yazdığı “The Nationwide Audience” adlı makalesinde metnin esas yazılma nedeni ile okurun anladığının farklı olabileceğini savunmuş bunun nedeni olarak okurun kültürel eğilimleri ve alımlama şeklini göstermiştir.

“Kodlanmış metin düzeyinde, hem açık içerik hem de ‘görünmez’, kabullenilmiş anlamlar dikkate alınmalıdır. Nationwide’ın popüler söylemi ev, boş zaman ve tüketim alanlarıyla ilgiliyken, iş dünyasının daha kamusal bölümüne söz hakkı tanımaz” (Stevenson, 2008: 135;aktaran;Yaylagül).

Okur kendisine gönderilen iletileri kendi toplumsal çevresi ve o güne kadar edindiği bilgiler ile birlikte tekrar yorumlar ve biçimlendirir. İşçi sınıfından bir kişi ile burjuva sınıfından bir kişinin aynı metni farklı şekilde yorumlamalarının esas nedeni de budur. Okuru tüm toplumsal koşullardan bağımsız bir kitle veya birey gibi düşünmek çok büyük bir hata olur.

Burada söylenen işçi ve burjuva sınıfının alımlama sürecini Morley şu şekilde incelemektedir. Sınıfın değerlendirilmesi ve diğer iletişimler: bunun anlamı okur – metin karşılaştırmasını tüm iletişim öğelerinden bağımsız olarak yapılamayacağı ve her metnin bir yerinden bir alana dahil edilebileceği konusudur. İkincisi ise okurun toplum içinde edindiği çeşitli kimlikler ile çeşitli şekillerde metni okuyup anlamlandırma sürecidir.

Morleye göre;

“iletelen mesajın okur tarafındaki potansiyel anlamlarını anlayabilmek için okurların kültürel anlam haritalarına ihtiyacımız vardır. Bu harita mesajın gönderildiği çeşitli kültürel göndermeleri ve farklı katmanlarda farklılık gösterecek sembolik kaynakları bize sunar. Böylelikle mesajın anlam üretimi ve kodların metin içinde okurlar tarafından yorumlanması süreci daha iyi kavranabilir” (Morley, 1980: 486,akt; Çalık).

Hall’un çalışmalarını devamı olarak sayılabilecek araştırmalarda bulunan Morley genel olarak her metnin farklı okunabileceği görüşü ile okurun pasif tüketici olmadığı durumundan bahsetmekte ve çalışmalarda bulunmuştur.

Hall’un düşüncelerinden etkilenecek okur ile ilgili araştırmalar yapan bir diğer kişi de John Fiske’dir. Popüler kültür üzerinden çıkarımlarda bulunarak okura bakan Fiske bu kültürün desteklenmesi gerektiğini savunmuştur. Bunun nedeni olarak da popüler kültür ürünlerinin çeşitli kullanımlar yolu ile birer başkaldırma simgeleri ve objeleri haline gelebileceğini söylemektedir.

Fiske her okurun medyayı kendi penceresinden göreceği bir manzara olarak betimlemiş ve kültür endüstrisi tarafından ortaya atılmış kitle kültürü ile halkın kültürü olarak adlandırdığı popüler kültür ürünleri arasında çok büyük farklar olabileceği durumundan bahsetmiştir. Fiske'nin ortaya attığı bu fark popüler kültürün bir tüketim alanı olarak oluşmadığı aksine sosyal sistem değerleri üzerinden meydana gelmesi durumuyla, kitle kültürünün tamamen bir tüketim alanı olarak belirli çevreler tarafından oluşturulması durumunun kıyaslanması ile ortaya çıkmıştır(akt: Yavuz, 2005).

Kültür canlı ve yaşanılabilen olan, varolandır. Başka birileri tarafından kazandırılmaz. Fiske; "Popüler kültür, kültür endüstrisi tarafından üretilmez, halk tarafından yaratılır" der(aktaran: Yaylagül).

Fiske'nin çalışmalarının ana hatlarını kapitalizme özgü araçsal üretim şekli ile bu ürünleri kullanan ve tercih eden kişilerin (tüketicilerin) bu ürünlere yükledikleri anlamlar arasındaki benzerlik ve farklılıklar oluşturmaktadır. Fiske'ye göre toplumsal anlamda kültürel kodları üretenler ile okurun yorumlaması arasında çok derin ve etkili bir ilgi bulunmaktadır. Bunu da "iktidar bloku" ve "halk" arasındaki savaş olarak niteler.

Fiske'ye göre okur aktif bir pozisyondadır. Medya sahipleri hiçbir zaman tüm güce sahip olmazlar. İktidar bloğu olarak nitelediği alan her zaman okura bir özgür alımlama alanı tanır. Popüler kültür mantığı ile yaratılan ürünler iki özelliğe sahiptir. Biri ekonomik biri de kültürel özelliğidir. Fiske ekonomik alanda okurun çok fazla bir gücü olmadığını savunur ve yorumlama kısmında kısıtlı kaldığını iddia eder. Kültürel kısmında ise bu sınırlılığının ortadan kalkarak daha özgür bir alan içine girdiğini savunur (Fiske, 1996: 51).

Fiske ve Hall'un arasındaki en büyük fark yeğlenen okumalar yerine okurun her zaman kendi anlamını üretebilme özgürlüğüdür. Frankfurt okulunun düşüncelerinden bir olan tüketicilerin ürünü kendilerine benzetmeleri yerine tüketiciyi ürüne benzetme durumunu reddedip aksine bir olumlamada bulunmuştur. Ona göre okur sadece tüketim nesnelere ile değil ayrıca metin ile de çözümlenmesi gerek bir alandır. Üzerinde çalıştığı okurcul ve yapımcul metin analizleri ile okura nasıl bir alan yarattığını açıklamaktadır.

Muhafif popöler metin olarak nitelendirdiği yapımöil metinler okuru sürekli olarak yazmaya yeniden üretmeye koşullarken, okurcul metinler daha sıkı kendi içinde barındırdığı anlamları benimsetme sistemi üzerinden konumlanmıştır. Okurcul metnin okuru daha bağlı, daha kabullenici iken yapımöil metnin okuru daha asi, daha yorumlayıcıdır. Yapımöil metne örnek olarak okura kendi toplumsal deneyimlerini ifade edebilmeleri için fırsat veren söz oyunları verilebilir.

Söz oyunları (kötü söz oyunları) ticari költürde – reklamlarda, haber başlıklarında, pop şarkılarında, sloganlarda- tam da bu nedenden dolayı yaygındırlar. Söz oyunları anlam çokluğunu küçük bir alan içerisine sıkıştırırlar; bu anlamlar taşarlar, denetimden kaçarlar, üretken okumayı gerektirirler ve asla hazır gelmezler. Söz oyunları dilin önemsiz ve saçma kullanılışı olarak düşünöldükleri oranda doğru ile şaka arasındaki gerilimi cisimleştirirler; şaka daima disiplinsiz, küçük düşürücü, saldırgan olma potansiyelini taşır (Fiske, 1991: 140.akt: Yavuz, 2005).

Okurcul metinlerin temelinde metin hazır bir paket olarak sunulduğundan okurun gözlemleri veyahut algıları tarafından yakalanan durum veyahut düşüncelerin kullanılmasına olanak vermemesi yatmaktadır. Fiske yapımöil metinlerde okuyucunun söz hakkının okurcul metinlere göre daha fazla olduğunu savunmaktadır. Yapımöil metinlerde okur aktif bir pozisyonda iken okurcul metinlerde okurun bu pozisyonu pasif bir alana dönüşür. Yapımöil metin kavramı aslında Barthes'ın yazarsıl metin ve Eco'nun açık ve kapalı metin kavramlarına dayanmaktadır.

Birçok alanı ve araştırmayı inceleyen Költürel çalışmalar geleneği, okuyucunun konumlandırılması durumunu esas olarak okurların bir ihtiyaç neticesinde medyaya yönelen kişiler olduğu düşüncesinden farklılaşarak belli toplumsal yapılara ait kendi anlamlarını ve ihtiyaçlarını belirleyebilen ve yaratabilen kişiler olarak konumlandırması sürecinden oluştuğu ile betimlemektedir.



### 3. GAZETECİLİK ve OKUR TEMSİLCİLİĞİ

Bu bölümünde yer alan gazetecilik ve okur temsilciliği tanımları tezin araştırma kısmına geçilmeden önce tartışılması gereken önemli bir alan olarak görülmüştür. Daha önceden bu alanla ilgili yapılan çalışmalar ışığında omudsmalık, basın ombudsmanlığı ve okur temsilcilerinin görev ve sorumlulukları tarihsel bir bakış açısıyla incelenmiştir.

#### 3.1 Gazeteci Kimliğinin Tanımları

Gazetecilik 19. yüzyıldan itibaren toplum için gerekli ve önemli bir meslek olarak kabul görmüştür. Kendi içerisinde çeşitli unsurlarla etik, özgürlük, sorumluluk ve yükümlülük gibi kavramları barındırmaktadır. Kuramsal açıklamalarla, gazeteci kimliğin tanımlarının yanı sıra mesleki olarak sorumlulukları ve nitelikleri de belirtilmektedir.

Genel olarak yapılan tanımlarda gazeteciler, profesyonel iş görüşme rutinleri ve mesleki kriterler aracılığıyla tanımlanmaktadır. Singer'ın (2006) çeşitli medya kuramcılardan derlediği tanımlara göre gazeteci “Tarihin ilk ham taslağını yazan kişidir, bir toplumun topluluğun ‘eşik bekçisi’dir ki, öğrenilmeye değer bilgilere onlar adına karar verir, bir dizi kuramsal rutinler ve yapılar aracılığıyla gündelik hayatı yeniden kurandır” (Sezgin, 1999: 5).

Fransız düşünür Alexis de Tocqueville gazetenin günümüz toplumları için önemini şu şekilde belirtmiştir (akt: Ersöz, 1999: 19):

“Demokrasi olmazsa gerçek anlamda gazeteler olmaz; ama gazeteler olmazsa da demokrasi olmaz. Gazete politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için, yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayındır”.

Gazetenin bu önemli fonksiyonlarıyla birlikte ortaya çıkışıyla bir kimlik haline gelen Gazeteci, ilk dönemlerde “mesleğini bir ya da birkaç günlük süreli yayın organında

uygulayan, gazeteye yazı yazmayı, haber toplayıp vermeyi ya da gazetenin yazı işlerinde çalışmayı iş edinen kimse” olarak tanımlanmıştır (Bahadır, 2009: 333).

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ne göre gazeteci şu şekilde tanımlanmaktadır:

“Düzenli bir şekilde, günlük ya da süreli bir yazılı, görüntülü, sesli ya da elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup çalıştığı işletmeyle ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olmalıdır” (Sezgin, 1999: 2).

Gazetecilik esas olarak en baştaki tanımıyla; “Maaşla çalışan ya da haber, yazı, sayfa ve program başına ücret alan, habercilikte işlevi bulunan süreli bir yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim aracında ya da haber ajansında haber üreten (toplayan, araştıran, seçen, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan), üretimde payı bulunan kişilerin mesleğidir” (Girgin, 1998: 33).

Gazetecilik mesleki bir yaklaşımın yanı sıra belli düşünceleri beyinde ve vicdanında formüle etmiş kişilerin mesleği olarak da nitelendirilmektedir. Gazetecilik, Fransız Basın Terimleri Sözlüğünde, “yayın türü ve aralığı ne olursa olsun, basın kuruluşlarının çalışanlarının etkinliklerinin tümü” tanımıyla yer almaktadır” (Yücedoğan, 1998: 8).

Michael Schudson, “kamu yararına düzenli olarak bilgi üretme ve yayma” olarak yapmaktadır. Gazetecilerin kendi mesleklerine yönelik algılayışı" ve bu meslekteki iş görme pratiğini yansıtan tarzları aynı zamanda mesleğin geleneğinin kuruluşuyla da eşdeğer bir anlama sahiptir. Bir başka deyişle, genellikle, gazetecilik kültürü düşünceler (değerler, yönelimler ve inançlar) pratikler (kültürel bir üretim) ve ürünler (kültürel ürünler ve metinler) anlamında kullanılmaktadır (2011: 3,aktaran, Sevginer).

Gelişmiş medeniyetlerin gazeteciye bakış açısı bağımsız olabilme durumu ile ilişkilidir. Hem kendi özgürlüğü hem de toplumun özgürlüğü bu durum ile doğrudan orantılıdır. Bu bakımdan da, basın, yasama yürütme ve yargının yanında dördüncü bir güç olarak kabul edilir. Gazeteciler, içinde bulunduğu toplum adına toplumu denetleyen bir kamu denetçisi konumundadırlar (Tokgöz 2000: 97-98). İletişim kuramcısı O’Neil, liberal çoğulcu yaklaşım ile doğrudan ilgili olarak gazeteciliğin

dürüstlüğünün esas yola çıkış ve başlangıç noktası olduğunu savunmaktadır (Tılıç, 1998: 95).

Mesleğin içinde yer alan gazetecilerin kendilerini nasıl tanımladıkları, gazeteci kimliği, misyonu ve niteliksel özellikleriyle mesleki algılarını anlama ve yorumlama açısından önem taşıdığından, Pınar Sevginer tarafından yapılan yüksek lisans çalışmasında Türkiye’de çalışan bir gazetecinin, mesleği “Türkiye’de gazeteciler işe ideallerle başlarlar. Ancak, zamanla ideallerin yerini gerçek alır” ifadesini kullanarak tanımlanması hem gazetecilik tanımını hem de günümüz medya düzenini anlamak için önemli bir tanımdır (aktaran Tılıç 1998: 109).

Esra Arsan’ın mesleki algısında ise “sorumluluk ve hesap verilebilirlik” düşüncesinin ağırlığından bahsedilmektedir. Arsan kamuoyunun bilmesi gerekenleri aktardığında, topluma karşı sorumluluğunu yerine getirdiğini söyleyerek “Gazetecilikte vicdan da önemlidir” ifadesini kullanmıştır.

“Ben ne zaman kamu çıkarına ilişkin haber yapsam kendimi iyi hissedirdim. İnsanların bilmesi gereken, insanların hayatına dokunan, insanların hayatına ilişkin bir problemi çözeceğini düşündüğüm haber yapmak benim için önemlidir. Kullandığım her kaynak, her rakam, her figür haberin içinde doğruluğa delalet eden bir şey olmalı; bence esas ilke odur. Onun dışında da yapılan haberlerde vicdan filtresi önemlidir” (akt:Sevginer).

Haluk Şahin ise gazetecilik mesleğindeki ilkelerini anlatırken; “Temel ilkelerimde olguların efendiliği vardır. Bizim efendimiz patron değildir. Bizim patronumuz seyirci ya da okur da değildir, bizim efendimiz olgulardır” demiştir (Şahin 2012) Şahin ayrıca şu cümlelerle devam etmiştir:

“Biz özel bir meslekte çalışıyoruz, bir misyonun taşıyıcısıyız; o misyon da demokratik bir misyon. Demokrasinin işleyebilmesi için halkın olguları gerçekleri bilmesi gerekir. Eşer gerçekleri bilmiyorsa orası çok kötü, insana acılar veren bir topluma dönüşür. Biz o misyonu yerine getirmek üzere tesadüfen bu alana girmiş ve ya kendini hazırlayarak bu alana girmiş ve gerekirse bu uğurda canını vermeyi göze almış olan insanlarız” (akt:Sevginer).

Gazetecilik mesleğini yapacak olan kişilerin iyi eğitilmiş, kültür düzeyi yüksek, dürüst ve kendi alanlarında başarılı olabilmeleri için tarafsızlık ilkesine benimsemiş

olmaları gerekmektedir. Bunun için de haber üretiminin her aşamasında önyargılı davranmamak, olayın gerçek olduğunu belgelemek, olaya duyguları karıştırmamak, olayları saptırmamak, olayları küçültmemek, olayları abartmamak, özel bir amaca hizmet etmemek, yorum yapmamak gibi ilkeler öne çıkmakta ve günümüz gazetecilerinde bu ilkelere bağlı olmaları beklenmektedir (Zeytinli, 1996: 1102).

### **3.2 Ombudsmanlık Kavramı ve Tarihsel Gelişimi**

Ombudsman kelimesi genel anlamıyla bireylerden, bürolardan, komisyonlardan oluşan çeşitli alanlarda arabuluculuk yapan kişi veya kurum olarak tanımlanmaktadır. Bürokrasinin ve idarecinin denetlenmesini amaçlayarak kurulan bu oluşum kişilerin yönetici ve idare karşısında haklarını koruma görevini yerine getirmeye çalışır( TDK, <http://tdk.gov.tr>,2015) Her ülkenin yasa ve kanunları farklı olduğundan bu durum ombudsmanlığa bakış açıları ve uygulamalarında da çeşitlilik kazandırmaktadır. Bundan dolayı ombudsmanlığa genel geçer bir tanım yapabilmek güçtür. Ama en genel tanımıyla ombudsmanlık idarenin ortaya attığı görüşleri vatandaşın şikayetlerini dinleyerek arada bir bağ kurma ve bu bağ neticesinde idareye karşı vatandaşın hakkını koruma olarak betimlenebilir.

Araştırmacılar Ombudsmanlığın tarihini İ.Ö 206 yıllarına kadar dayandırmakta ve ilk ortaya çıkışını Çin Han hanedanlığıyla ilişkilendirmektedirler (Avşar, 1997:45). İslam tarihi ile birlikte ombudsman sisteminin temellerinin atıldığını söyleyen araştırmalar ise bu olgunun ortaya çıkışını İslam dünyasındaki şikayetlerin dinlenmesi ve çözüme ulaşabilmesi için girişilen arayışlar olduğunu savunmaktadır. İlk örnek olarak 7.yy daki Muhtasib kurumunu gösteren bu çalışmalar, araştırmalarını Abbasiler Dönemiyle devam ettirerek Divan-ı Mezalım kurumunu örneklendirmektedirler. Osmanlı Dönemiyle birlikte ise hakimler hakimi kadı bu görevi yürütmüş ve sistemin işleyişini sağlamayı amaçlamıştır. Bu üç oluşumda genel olarak ahlaki ve düzeni koruyabilmek amacıyla işleyen ve vatandaşın şikayetlerini dinleyip ileten idari kuruluşlar olması nedeniyle ombudsmanlığın ilk ortaya çıkışı bu dönemlere dayandırılmaktadır.

Batı toplumlarında ombudsmanlık sistemi ilk olarak İsveç'te oluşturulmuş ve bunun nedeni Osmanlı'ya sığınan İsveç kralı XII. Şar'la ilişkilendirilmiştir. 1709 da Ruslara

yenilerek Osmanlı'ya sığınan Şar bu İslam devletindeki sistemden çok etkilenecek uzakta olduğu ülkesinin yönetimini ombudsmanlık sistemiyle koruyabileceğini düşünmüştür. Ülkesinin kendisinin boşluğunda adil ve sistemli bir şekilde yürütülmesi için 1713' te ombudsman atayan Şar bir duyuru ile ülkedeki hakim ve yargıçları denetleyen bir kişi olarak ombudsmanı yüksek vekil sıfatıyla göreve getirmiştir. 1809 yılına kadar sistemli olarak işleyen bu kurum daha sonra yasal bir düzenlemeyle İsveç hukukunun temel yapı taşlarından biri haline gelmiştir (Uluer,1992:1022).

İsveç'ten önce ombudsmanlık sistemi işler bir mekanizma olarak yukarıdaki gelişimini sürdürmüştü de, batı toplumları kendilerine İsveç'i örnek alarak bu gelişimi milat kabul etmektedirler. Hem toplumsal yapıları hem de siyasal pratiklerini kendilerine daha yakın buldukları bu ülke ombudsmanlık alanında tarih başlangıcı olarak kabul edilmektedir.

İsveç'ten sonra bu ülkeden esinlenip ombudsman seçen diğer bir ülke ise 1919 da Finlandiya'dır. Finlandiya'dan sonra sırasıyla 1955 yılında Danimarka, 1962 yılında Norveç Ombudsmanlık sistemini uygulamaya çalışmışlardır.

Genel anlamıyla ombudsmanlık mağdur duruma düşmüş ile mağduriyeti yaratan veya çözecek olan kişi, kurum ve kuruluşlar arasında idarecilik ve iletişim kuran kişi olarak tanımlanmaktadır. Tek bir alanda değil birçok alanda görev yapan bu sistem giderek yaygınlaşan bir yapı haline gelmiştir.

Ombudsmanlık sisteminin bu gelişimini kendi içinde devam ederek iki farklı şekilde tamamlamıştır. Bunlardan ilki özel kurum ve kuruluşlara bağlı olarak oluşturulan ve seçilen ombudsmanlar diğeri de Parlamento ve idareci yöneticiler tarafından göreve getirilen ombudsmanlardır. Pek çok alanda arabuluculuk ve idarecilik görevi yapan ombudsmanlar günümüzde; sağlık, tüketici, silahlı kuvvetler, polis, üniversite, sigortacılık, gazetecilik gibi alanlarda faaliyet göstermektedirler.

Günümüzde ombudsman kurumu yüz civarında ülkede işlev görmektedir. Ancak bu kurum her ülkede değişik şekillerde ve farklı adlarla tanımlanmaktadır. Bu durum daha çok ombudsmanın çalışmalarının yoğunlaştığı alana göre sınıflandırılmakta ve tanımlanmaktadır. Hollanda'da ulusal ombudsman (National Ombudsman), Fransa'da arabulucu (Mediateur), Kanada'da vatandaş koruyucusu (Protecteur du

Citoyen), İspanya'da halk savunucusu (Defensor Del Pueblo), Avusturya'da halkın avukatı (Volksanwaltschaft), Romanya'da yine halkın avukatı (Avocatul Poporuhri), Portekiz'de adalet temsilcisi (Provedor de Justiça), İngiltere'de yönetim için parlamento komiseri (Parliamentary 68 Commissioner for Administration), Polonya'da sivil haklar savunucusu (Defenseur des Droits Civiques) ifadeleri kullanılmaktadır. İtalya'da ise bütün bölgelerde ve özerk vilayetlerde sivil savunucu (Difensore Civico) mevcuttur (Tortop, 1998: 3-4). Diğer bazı ülkelerde de ombudsman “yurttaş hak ve özgürlüklerinin koruyuculuğu”, “yurttaşla yönetim arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesi”, “yönetimin denetlenmesi”, “kötü yönetimin iyileştirilmesi ile yurttaşın kötü yönetime karşı korunması” gibi değişik adlarla tanımlanmaktadır (Temizel, 1997'den aktaran Atabek: 2005: 64).

Bu gelişim basın alanında ortaya çıkan gelişimler ve sorunlarla birleşerek basın alanında Ombudsmanlık sisteminin gerekliliğini doğurmuştur. Hem okurun hem de gazetenin ve gazetecinin haklarının savunulabilmesi için bir temsil görevi üstlenen Ombudsman basın alanında gerekli bir oluşum haline gelmiştir.

### **3.3 Basın Alanında Ombudsmanlık**

Ombudsmanlığın basın alanındaki yansımaları bir özdenetim mekanizması olarak yansımış ve bu gelişim ilk önce diğer alanlarda olduğu gibi İsveç'te ortaya çıkmıştır. Vatandaşın savunucusu olarak görev yaptığı kabul edilen bu sistem 1809 Anayasasıyla birlikte ortaya çıkmış ve temelinde basın hak ve özgürlüklerini korumayı amaçlamıştır.

İsveç'teki basın özgürlüğünün zedelenmemesi ve doğru işleyebilmesi amacıyla ortaya çıkan bu kurum kendi kendisini denetleyebileceğini savunarak kendi yargılama mekanizmasını oluşturmuştur. Basın alanında Ombudsmanlık sistemi genel anlamla basın hak ve özgürlükleri bağlamında okurun, gazetecinin, gazetenin aynı zamanda gazetecilik mesleğinin etik kuralları ve ilkelerinin işleyişi bağlamında bir denetçi, arabulucu görevini yürütmektedir. İskandinav ülkelerinde Ombudsmanlar birer kamu görevlisidirler. Vatandaşlar basın alanında ve her türlü alanda yaşadıkları olumsuzluk ve mağduriyetlerini çözebilmek için bu kuruma başvurumaktadırlar.

Basında Ombudsmanlık sisteminin işlevleri genel olarak şu şekilde tanımlanmaktadır (Milliyet,26.04.2001:21).:

1- Ombudsman kendisini doğrudan atayan gazete veya haber kuruluşu sahipleri açısından bir ürün kalite kontrolü işlevi görmektedir. Patron ürünü alan kişinin yani müşterinin hangi açılardan şikayetçi olduğu konusunda net bir fikir elde edebilmek için bu sistemi kullanır.

2-Gazetenin editöryal yönetimi ombudsman ile meslek etik ve sınırlarına uymaya zorlanmakta aynı zamanda denetlenerek hata ve yanlış yapmaktan korunmaya çalışılmaktadır. Mesleğin işleyiş mantığını okura anlatma olanağı bulan gazeteci Ombudsman sayesinde okurla bir ilişki içine girer.

3-Okurlar açısından bakıldığında gazete okurları kendisinin ciddiye alındığını gazetenin içeriğinde söz hakkı olup olmadığını tartmak, anlamak ve söz sahibi olabilmek için Ombudsmanları kullanmaktadırlar. Gazetenin doğal bir ferdi olduğu düşünülen okur açısından bu yaklaşım ile bir rahatlama ve güven duygusu yaratılmakta aynı zamanda da gazeteye karşı bir bağlılık hissi oluşturulmaktadır.

Basın alanındaki bu düşünce ve tutumlar Ombudsmanlığın oluşmasında çok etkili olmuştur. Ombudsmanın sahip olması gereken üç sorumluluk gazete, gazeteci arkadaşları ve okuradır.

Ombudsmanın görevi bir basın bünyesinde soruşturma yaparak, tutum geliştirmek, açıklamalar yaparak okuru tatmin etmek ve hataları düzelterken kişi olarak tanımlanabilir.

Dünyada basın alanında Ombudsmanlık uygulamaları iki (2) farklı biçimde karşımıza çıkmaktadır. Bunlar İskandinav ve ABD modelleridir.

Zeynep Alemdar İsveç modeline ilişkin şu tanımı yapmaktadır;

"İsveç'te uygulanan biçimiyle Ombudsman okuyucunun basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir. Ombudsmanların hükümetle hiçbir bağı ve ilişkisi yoktur. Bir Parlamento üyesi, İsveç barolar birliği başkanı ve İsveç basın Konseyi'nden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilen Ombudsmanlar maaşlarını yayıncılar birliğinden almaktadırlar "( 1990:29).

Yine İsveç'teki uygulamaya yönelik olarak bir analizde bulunan İsveç Ombudsmanı Ter Arne Ombudsmanlığı şu şekilde açıklamıştır: "İsveç'te basınla ilgili yasalar yoktur. İsveç basını kendi denetimini kendi yapmayı istediği için ahlaki ve mesleki standartlarını da kendi belirlemeyi amaçlamaktadır" (Yinanç, 1998:18).

İsveç'in basın alanındaki bu özgürlüğü her türlü bilgi alışverişine olanak tanımaktadır. Resmi belgeler ve evraklar herkese açık ve ulaşılır vaziyettedir. Bu açıklık hali basın alanında bir boşluk yaratabilir endişesiyle özdenetim, kurumlar ve kişilerle yapılmaya çalışılmaktadır.

ABD'de 1967 yılında geçilen ombudsmanlık sistemi İsveç'te olduğu gibi değil yapıların elindeki denetim sistemiyle yapılmaktadır. Basın kuruluşları, gazeteler kendi Ombudsmanlarını kendileri seçerek içerden içeriye denetleme yoluna gitmektedirler (İnceoğlu, 2004: 71). Bu sistem şu anda ülkemizde yürütülen sistemin aynısıdır. Ombudsmanın seçimi ve ücretinin ödenmesi gazetelerin kendi iç sistemiyle karşılanmaktadır.

Bu iki sistemde de gözüktüğü gibi basının görevlerinden biri de doğru tarafsız, hak yemeyen kişilerin özgürlüklerini savunan ve temel görevlerini yerine getiren yayıncılık hizmeti vermektir. Bu mantık çerçevesinde geniş bir alanı kaplayan basın, kontrol mekanizmasını özdenetim ile kendi içinden bir temsilci ile yapmaya çalışmaktadır.

Medyanın hem güvenilirliğini hem de saygınlığını sağlayabilmesi için denetleme mekanizmasını doğru işletme gerekliliği ombudsmanlık sisteminde iki farklı sistemde işlemiş ve sonucunda ilk olarak bir Parlamento gibi çeşitli kurum ve kuruluşlardan oluşan kişiler eli ile yapılan denetim ve basın kuruluşlarının kendi içlerinden seçtikleri bir temsilci ile bu görevi yerine getirmeleri gerekliliğine karar verilmiştir (Özkaya 2002:103). Bu alan da uzun yıllardır yapılan çalışma ve araştırmalar sonucu İsveç basını ve parlamentosu yazılı bir bildiri yayınlamış ve basın-radyo ve televizyonlar için etik kriterler belirlemiştir.

Ombudsmanlığın geniş bir alanda konumlandırılması; tanımı ve yapısı basın alanı içinde özele indirgenerek okur temsilciliğine geçiş yapmaktadır. Bu geçiş okur temsilcisinin okur-gazete-gazeteci arasındaki ilişkisini denetleyici bir konumda sınırlandırmaktadır.



### 3.4 Okur Temsilciliğinin Tanımı ve Görevi

Ombudsmanlığın İsveç'te ortaya çıkması ve etkisinin okur temsilciliği bazında yansması ilk olarak Japonya'da görülmüştür. Tokyo'da yayınlanan bir gazetenin ilk olarak okuyucu şikayetlerini dinlemek üzere kurduğu bir komiteyle 1922 yılında okur temsilciliği kurumu ortaya çıkmıştır. Bu gazetelerin okur temsilcisi seçme nedenleri gazetenin kalitesini belirli bir seviyede tutmak ve okur ile doğrudan bir ilişki kurabilmektir.

Okur temsilcisi adı altında ABD'de ilk yayına başlayan kurum Kentucky eyaletindeki The Courier Journal ve The Louisville Times'dır. Daha sonra bunu 1972'de The Toronto Star gazetesi takip etmiştir. Günümüzde 100'e yakın saygın gazetenin okur temsilcisi bulunmakta bunların da 30'a yakını ABD de yer almaktadır (Atabek, 2005:13).

Ombudsmanlığın kendi içinde ayrıldığı bu ikili yönetim ve seçme şekli basın alanında da kendini göstermiş okur temsilciliği görevine getirilen kişiler bu iki sistem içinde atanmaktadırlar. İlk sistemde basın parlamentosu ve idareci güç temsilcilerinden oluşan seçim kurulu ikinci sistemde yerini gazete sahiplik yapısına bırakmaktadır.

Ücret ve maaş konusunda çeşitli farklılıklara giden bu sistemler kendi içlerinde de çeşitli sorunlarla baş etmeye çalışmaktadırlar. Bir parlamento tarafından seçilen ilk sistemde maaş bu ekip tarafından ödenirken ikinci sistemde özdenetim yine kurumun kendi içinden yapıldığından ötürü maaş patron tarafından verilmektedir. Bu durum ücretini yine gazeteden alan bir okur temsilcisininin hem okur mektuplarına hem de gazete yapısına ilişkin sorunlara değinirken çalıştığı kurumdan bağımsız olduğunun sorgulanmasına neden olmaktadır.

“Bir okur temsilcisininin üç alan ile ilişkisi ve sorumluluğu vardır. Bunların ilki okur, ikincisi gazeteci meslektaşları, üçüncüsünde gazetecilik etik kurallarının devamını sağlama görevidir. Okur temsilcisi haberlerin yapım aşamasına değil yapıldıktan sonraki kısımda etkindir. Sadece gazetede yayımlanmış haberlerdeki eksiklik, hata ve yanlışlıkları düzeltir. Asıl amacı yapılan hataların bir daha tekrar edilmemesidir”(Alemdar, 1990:28-29).

Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi olan Güray Özün okur temsilciliği için şu tanımı yapmıştır.

“Okur temsilcisinin görevi gazete ile diğer okurlar arasında hakemlik yapmaktır. Gazete yönetiminden ve redaksiyonundan bağımsız olarak her türlü eleştiriyi gündeme getirmekle yükümlü olan temsilcinin görevi, eleştirileri değerlendirmek, aktarmak, gerektiğinde bir tartışmayı başlatmak ve nitelikli bir ürünün okura, izleyiciye sunulmasına katkı sağlamaya çalışmaktır” (Cumhuriyet Gazetesi,12.08.2013).

Okur temsilciliği ve işleyişi yönündeki bu bilgiler okur temsilcisi seçiminde de belirli kriterlere gidilmesine neden olmuştur. Genellikle bir kuruma bağlı olmayan, deneyimli ve tecrübeli gazetecilerden seçilen bu temsilciler hem meslek hayatlarında edindikleri tecrübe ve birikimi yeni gazeteci adaylarına aktarabilecekleri bir alan hem de okura hep yakın kalabilecekleri bir konuma sahip olmaktadır.

Günümüzdeki okur temsilcisi sayısının azlığı bu tür deneyimli gazetecilerin okur temsilcisi olmak istememeleri ve patronaj yapısından kaynaklanmaktadır. Şu anda yayınlanan gazetelerin çoğunluğunun bir okur temsilcisi olmaması esas olarak bu istihdamın pahalı bir argüman olması düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Her gazetenin bir okur temsilcisine sahip olma lüksü olmadığı ve buna ödenecek bir bütçenin ayrılamayacağı görüşü basın alanda bir okur temsilcisine gerek olmadığını düşündürmektedir. Bir başka düşüncede; gazete içinde çalışan muhabir, editör ve gazetecilerin kendilerini denetleyen böyle bir kişinin varlığından rahatsız olmaları ve okur ile aralarında başka birinin bağ kurmasını gereksiz görmeleri durumudur. Üçüncü durumsa okur temsilcilerinin bir süre sonra "Halkın Sesi" haline gelmeleri ve bu durumun gazete sahiplerini rahatsız etmesidir.

Bir çeşit müşteri temsilciliği görevi yürüten okur temsilcileri aynı zamanda gazetenin okura en yakın noktası konumundadır. Gazetenin halkla ilişkiler görevini gören okur temsilcileri kendilerine ayrılan sayfalardan ve köşelerden okurun görüşleriyle birlikte bir ses birliği oluşturmaktadır.

### 3.5 Okur Temsilcisinin İşlevleri

Okur temsilcileri çeşitli alan ve kurumlara karşı sorumlu olarak yazı ve görüşlerini belli etmeli ve çeşitli sorumluluk ve yükümlülükleri göz ardı etmeden mesleklerini yapmalıdırlar görüşü ile şekillenen okur temsilciliği görev alanı çeşitli işlevlere sahiptir. Bunların ilki gazetecilik etik ve ahlaki kurallara olan tutumudur (Atabek, 2005:70-76). Okur temsilcisi adil ve net olması gereken ama aynı zamanda da gazetecilik etik kurallarına göre hareket eden bir kişidir. Gazetenin içinden bir özdenetim sistemi ile temsilcilik yapan okur temsilcileri aynı zamanda kendi çalıştıkları gazeteden de sorumlu olarak davranmalıdır. Hem gazetedeki diğer çalışanlara karşı olan eleştirel tutumu hem de okura karşı olan sorumluluğu okur temsilcisini bir fraksiyona sokmaktadır.

Okur temsilcisinin işlevlerinden bir diğeri de haber toplantılarına gözlemci olarak katılmak, eleştirileri gazete yönetimine iletmek, okuru tatmin edecek cevaplar vermek, güncel haber etik ve standartlarına uygun sorun ve alanlara dikkat çekmektir. Esas görevi haberde adil olmak, doğruluk ve dengesizlik olan okur temsilcisi kurum içi özdenetimcisidir.

Bir gazetenin okur temsilcisi sistemini devreye sokması için birçok neden bulunmaktadır. Bunlar sırasıyla (Atabek,2005's:17);

- Haber kalitesini arttırmak
- Okurun gazetede bir alanı olması durumu
- Okur-gazeteci ilişkisini kurmak
- Okurun kaygılarını engelleyebilmek için tatminkar cevaplar vermek
- Diğer gazete çalışanlarının zaman yönetimini kolaylaştırmak

Gazeteyi çeşitli dava, tazminat gibi sorun ve yükümlülüklerden kurtarmak ve arabuluculuk yapmak.

Okur temsilcisinin bu eleştiri üzerine konumlandırılmış iş tanımı ve görevi iş yaşamında giderek onu yalnızlaştıran ve hep olumsuz ve sorunlu bir alan haline büründüren bir yapıya sokmaktadır. Dolayısıyla bu yapı içinde doğru tarafsız ve net bir iş gücü performansı beklemek giderek zorlaşmaktadır.

### 3.6 Türk Basınında Okur Temsilciliği

Türk basınında okur temsilciliği dünyada uygulanan iki modelden biri olan, gazetenin sahibi tarafından kendi özdenetim sistemi içinden seçilen kişiler tarafından yapılmaktadır. Bu anlamda hem gazetecilik hem de okur hakları ve beklentileri öğrenilmeye çalışılarak belirli bir enformasyon akısı ve geri dönüşüm sağlanmaya çalışılmaktadır.

Türkiye'nin ilk okur temsilcisi 1999'da Milliyet gazetesinde işe başlayan Yavuz Baydar'dır. Daha sonraları 19 Mart 2002 de Doğan Satış bu göreve getirilmiş ve bunu 2004 yılında Sabah gazetesi adına Yavuz Baydar transfer edilerek devam edilmiştir. Bu durum göstermektedir ki uzun yıllar Türkiye'de traj açısından bakıldığında en yüksek tirajlı ilk beş (5) gazete içinde yer alan bu gazeteler okur temsilciliğine önem vermekte ve yer ayırmaktadır. Şu anda okur temsilcilikleri ve gazeteleri ise şu şekilde devam etmektedir. Sabah gazetesi 5 Ağustos 2013 ten itibaren İbrahim Altay, Hürriyet Gazetesi Faruk Bildirici, Cumhuriyet Güray Öz, Milliyet Belma Aykura tarafından her hafta Pazartesi günleri olmak üzere haftada bir gün yazılarını yazmakta, gazete ve okur arasında bir bağ kurmaya çalışmaktadırlar.

Okur temsilciliği adına bir birlik sağlama amacı ile kurulan Uluslararası Ombudsmanlar Örgütü (ONİ) 1999 da gerçekleştirdiği seçimle başkanlık koltuğuna Yavuz Baydar'ı getirmiş ve Baydar o dönem 70 kadar saygın basın kuruluşunu temsil etmiştir. Bu temsil görevi 2001 de yerini yönetim kurulu üyeliğine bırakmış ve İstanbul'da düzenlenen konferansta tekrar temsil kurulunun başına geçmiştir. Ombudsmanlık ve okur temsilciliğinde öncülük yaptığı varsayılan ABD ve İsveç'in dışında başka bir ülke temsilcisinin başkan olması dikkat çekici bir başarı olmuştur.

Türk basınında şu anda görev yapan okur temsilcileri çoğunlukla kendi çalıştıkları kurumdan maaşlarını aldıkları için çeşitli sorunlar yaşamış ve bazı durumlarda köşelerini kaybetmişlerdir. Türk basın tarihinde yaşanan bu durumun en yakın tarihli örneği 2005'den beri sabah gazetesinde okur temsilciliği görevini yürüten Yavuz Bayar'ın 2013 yılında yazdığı çeşitli yazılardan ötürü patronaj sistemine uymadığı gerekçesiyle işine son verildiğini iddia etmesi verilebilir.

Yavuz Baydar yayımlanan son yazısında Sabah'ın polis müdahalesinin ardından attığı "Günaydın Gezi" manşetini ve haber dilini eleştiren okur mektuplarına yer

verdiğine bunun neticesinde sansürlendiği gün Sabah Genel Yayın Yönetmeni Erdal Şafak'ın köşesinden “liberter havaya girmek” ve bir okur mektubu aracılığıyla “Sabah okuru olmayanları Sabah okuru gibi sunmak”la suçlandığını söyleyerek işine son verildiğini dile getirmiştir. Tüm bu gelişmeler Türk basınında okur temsilciliği ve patronaj yapısı hakkında bir durum analizi yapmak için kullanılabilir. Şu anki basın medyasında içinde gerek gazetecilik etik kurallarının nasıl işlediği gerekse okura, gazeteciye ve okur temsilcisine yaklaşımın nasıl olduğunu bu vb. olaylar ile gözlemlemek mümkündür.

Baydar T24'ten Hazal Özvarış'a verdiği röportajda gazetecilik etik kuralları ve okurun yeri konusunda görüşünü şu şekilde açıklamıştır;

"Türkiye'de 'Merkez'in köklü markalarından biri olan Sabah'ta habercilikte meslek standartlarından adım adım uzaklaşmayı, ombudsman köşesine gelen eleştirilerden okumak kolaydı. Bu hissiyat giderek artan dozda köşeye de yansdı; çünkü köşenin 'rengini' okurların somut tepkileri belirler. Benim son bir yıl içinde en büyük kaygım, başka bazı gazeteler gibi Sabah'a da sirayet etmiş olan ve genel yayın yönetmeninin gönüllü aracılık ettiği, Sabah'ın genlerine aykırı partizan haberciliğin gazetenin imajını, okur güvenini ve kurum içi profesyonel habercilik şevkini kaçırmasıydı." Demiştir ( Özvarış, <http://t24.com.tr>;erişim tarihi;05.06.2014).

Bir okur temsilcisinin esas görevi doğru yansız ve tarafsız olarak okurun görüşlerine yer vermektir. Türkiye'de okur temsilciliğinin işleyişi ile ilgili sorunlar genellikle bu çerçevede konumlanmış ve Baydar da bu konudaki hassasiyetini aynı röportajda şu şekilde belirtmiştir;

'Mayıs'ta 'gazeteye çakmaktan artık vazgeçsin' uyarısı geldi. Bunu köşede hissettirmeye çabaladım. Ancak, titizlenmek ve nedir diye üzerine düşünmek yerine bir vurdumduymazlık, boşvermişlik ve son aylarda her türlü eleştiriye karşı agresif karşı tepki gördüm. "(Özvarış, <http://t24.com.tr>;erişim tarihi;05.06.2014).

Daha önce yukarıda anlatılan okur temsilcisinin başına gelebilecek olduğu öngörülen yalnız bırakılma ve ötekileşme durumu yine Baydar'ın ağzından şu şekilde aktarılmaktadır;

"En kötüsü budur: Partizanlaştıkça habercilik alanını daraltan ve etik kaygıları boşlayan editöryal yapı ve yönetim, görevlendirdiği okur temsilcisi - ombudsmanı da hasım, hatta düşman olarak algılamaya başlar. Nitekim, galiba Mayıs ayı içinde 'gazeteye çakılmaktan artık vazgeçsin' gibi, profesyonellikle alakası olmayan, ipe sapa gelmez bir 'uyarı' da bana iletildi" ( Özvarış, <http://t24.com.tr>;erişim tarihi;05.06.2014).

Bir okur temsilcisinin işlevleri ve görevleri üzerinden bakıldığında Türk basını şu anda içinde bulunduğu medya-sahiplik yapısının okur temsilcilerini de derinden etkilemektedir. Bir okur temsilcisi sayfasında yayınladığı okur mektuplarını bile bu sistem ve düzen içinde elemekte ve yer vermektedir. Okurun yeri ve gördüğü değerde bu bağlamda kısıtlanarak, okuru sessizleştirmeye gidilmektedir. Baydar'ın bu konu ile ilgili kendi cümleleri şu şekildedir;

"...Ama benden bu kadar. Çünkü bunca yıl sonra böyle bir muameleyle bitirmek, bana büyük hüsrana ve üzüntü veriyor. Adeta havanda su dövmek, yel değirmenlerine karşı savaşmak gibi bir his bu. Medya olarak geldiğimiz noktanın çok daha özgür, bağımsız, çeşitli ve farklı, daha medeni, nefret söyleminden ve düşmanlıklardan uzak ve ideoloji üzerinden kamplaşmalar yerine meslek meseleleri üzerinden tartışmalar ve bütünleşmelerden geçmiş olmasını dilerdim. Olmuyor ve biz bu kaba meslek - kurum kültürü, siyasi saflaşmalar, patronaj ve iktidar ittifakları kafesinden maalesef çıkamayacağız, olamayacak. Okurda bu bulunduğu noktada hapsolüp kalacak. Bu dar kapsamlı özdenetim kurumunu destekleyen arkadaşlara, meslektaşlara ve okurlara da binlerce teşekkür borçluyum."( Özvarış, <http://t24.com.tr>;erişim tarihi;05.06.2014).

Türk basınında yaşanan okur temsilciliği olayları sadece patron gazeteci arasında gelişmemektedir. Kimi zaman okur temsilcileri birbirleri ile gazetelerindeki yerlerinden kimi zamanda gazeteler karşılıklı çatışma ortamlarına girerek çeşitli kitle iletişim araçlarını bir arada kullanan medya güçleri nedeniyle sadece metinler arası değil medyalararası da bir tartışma ortamı yaratmaktadırlar.

Türk basınında bu duruma verilebilecek örneklerden biri Hürriyet gazetesi okur temsilcisi Faruk Bildirici'nin Sabah Gazetesi ve ATV Televizyon kanalında

yayınlanan "Veliht" isimli bir program üzerinden tartışmalarınıdır. "Dekolte krizi" olarak tanımlanan 5 Ekim 2013 Cumartesi günü ATV ekranlarında yayınlanan veliaht isimli programın, AKP sözcüsü Hüseyin Çelik'in, 6 Ekim 2013 Pazar günü Beyaz Tv'de katıldığı bir programda "Dün bir kanaldaki, yarışma programında sunucu öyle bir kıyafet giymiş ki olmaz bu yani. Kimseye karıştığımız yok ama çok aşırı" cümlesini kurarak eleştirmesi ile başlayan bu medyalar arası savaş karşılıklı iki tarafın birbirlerini gazeteler aracılığıyla eleştirmesiyle devam etmiştir.

İlk olarak Faruk Bildirici, ATV'nin Gözde Kansu'yu kovmalarından ve bu olayın Sabah gazetesinde hiç yer almamasından dolayı patronaj yapısını eleştirmiş bununla birlikte köşesinde şu yorumları yapmıştır:

"Vidani sorumluluk esastır gazetecilikte. Sorumluluk sıralamasında önce gerçekler gelir. Sonra okura, en sonunda da editöre karşı sorumludur gazeteci. Bu üçlemenin yerini patrona karşı sorumluluk alırsa gazetecilik güdükleşir..." (http://www.farukbildirici.com, erişim tarihi;09.06.2014).

Bu olayını gidişatı ve nasıl başladığı ve Sabah gazetesinin bu sessiz tutumu yine Hürriyet'teki kendi sayfasında şu şekilde özetlenmektedir;

"İlk haber, 7 Ekim Pazartesi günü Hürriyet internette, "Gözde Kansu işten çıkarılacak mı?" başlığıyla girdi. Bu haberde yapımcı Caner Erdem'in görüşleri de yer almıştı. Aynı gün birçok internet sitesi de kullandı bu haberi. 8 Ekim Salı günü, haber Milliyet, Posta, Radikal, Vatan, Taraf ve Cumhuriyet gazetelerinde çıktı. Hürriyet'in basılı versiyonunda ise tek satır yoktu; Hürriyet internet Çelik'in açıklamasını ve ATV yöneticilerinin sözlerini haberleştirmişti.9 Ekim Çarşamba günü ilk kez bu konuyu haberleştirdi Hürriyet. "Dekolte krizi büyüyor" başlıklı haberde Kansu'nun işten atılması ve Çelik'in açıklaması yer alıyordu. Hürriyet.com.tr'nin yanısıra Posta, Radikal, Taraf, Cumhuriyet ve Birgün gazetelerinde de konuyla ilgili haberler vardı..." (http://www.farukbildirici.com, erişim tarihi;09.06.2014).

Gazeteler arası rekabet ve zorlu piyasa koşulları aynı zamanda medya patronlarının siyasi duruşları Türk basını içinde en büyük sorunlarından birini oluşturmaktadır. Burada sorun okurun hangi habere, görüşe veya fikre inanması ve bunu ifade ederken nasıl bir kanal kullanacağını bilip bilmemesi durumudur. Bir okur çok daha farklı bir

bakış açısı ile görüşünü okur temsilcisine bildirerek farkına varmadan belki hiç istemediği bir düşüncenin sesi haline gelebilmektedir.

Bildirici tarafından röportajın devamında verilen Sabah ve Hürriyet arasındaki tartışma şu şekilde aktarılmaktadır;

" En çok yankı uyandıran ise Ayşe Arman'ın, Kansu ile yaptığı söyleşiydi. Söyleşinin Hürriyet'te yayımlandığı gün olan 10 Ekim'de, Sabah'ın sürmanşetinde "Bayat oyunları millet yutmuyor" başlığının altında "ATV'nin eğlence programı Veliht'teki yayımcılık tasarrufunu siyasi gündemle harmanlayıp bel altı vurmak isteyen Hürriyet yine açığa düştü" deniliyordu. Sonraki iki gün de Sabah'ın sürmanşeti Hürriyet'e yönelik suçlamalara ayrıldı. Perşembe günü üç, Cuma günü dört yazarın köşelerinden Hürriyet'i suçlaması, 90'lardaki "Medya savaşları"nın çağrıştırıyordu" (<http://www.internethaber.com>. erişim tarihi;10.06.2014).

Gazetecilik etik kurallarının bu denli farklılaşarak her gazete ve medya organında farklı sunulması aynı zamanda her gazete okur temsilcisinin içinde çalıştığı kurumda kendi etik yönelimlerini belirlemesine sebep olmaktadır. Türk medyasındaki bu durumu Faruk Bildirici'nin şu sözleri kanıtlar niteliktedir;

"Sabah'ın "Hani etik, hani yayın ilkeleri" başlığı, Hürriyet'in yaptığı gibi "Yayın İlkeleri" hazırlayacağının işareti mi acaba?" (<http://okurtemsilcisi.hurriyet.com.tr/default.aspx?DocID=24914095>)

Bu etik ve haber nedir, nasıl olmalıdır, konularındaki sorun ve karmaşıklıklar her gazetenin içinde bir kargaşa yaratmasına ve sonucunda her iki tarafın da açığı bulunan bir basın ortamı yaratılmasına neden olmaktadır.

" Şaşırtıcı olan, Sabah'ın bu olayda haber değeri görmemesi bence. Dahası krizin AKP ile ilişkisinin üzerini örtme çabası içine girip, Hürriyet'i suçladıkları metinlerde bile Çelik'in sözleri yok saymaları. Ne yazık ki, Sabah okurları, bu krizin Hürriyet'in haberleriyle değil, Çelik'in sözleriyle başladığını öğrenemedi; onun sözlerini okuyamadı." (<http://okurtemsilcisi.hurriyet.com.tr/default.aspx?DocID=24914095>)



Buna karşılık olarak 15.10.2013 tarihinde Sabah Gazetesi'ne sür manşetten şu yazıyı girmiştir;

"Koronun son ismi, gazetenin ombudsmanı Faruk Bildirici. Dekolte olayı ile ilgili karşı tarafın görüşlerine gazetesinin yer vermediğini son yazısında kendisi de kabul eden Bildirici, içine düştüğü vahim durumu gizleyerek Sabah'a gazetecilik ve etik dersi vermeye kalkıştı. Bildirici'ye önce kendi gazetesinin etik anlayışını iyice bir gözden geçirmesini ve Sabah'a ders vermeden önce kendisine bakmasını öneriyoruz" ([http://www.sabah.com.tr.yazarlar.okur\\_temsilcisi.arsiv](http://www.sabah.com.tr.yazarlar.okur_temsilcisi.arsiv))

Gazete ayrıca ilk olarak Erman Toroğlu'nun işten kovulduğunda sergilediği tutum ve davranışları daha sonrada yine Hürriyet gazetesinde yazar olarak çalışan kişiler üzerinden ombudsmanlık-okur temsilciliği görevinin etkisizliğini ortaya koymaya çalıştığı örneklerle yazılar yayınlamıştır.

## **4.ULUSAL GAZETELERDE YER ALAN OKUR TEMSİLCİLERİ KÖŞELERİ ÜZERİNDEN BİR OKUR ARAŞTIRMASI**

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma kısmına girmeden önce bugüne kadar yapılmış okuyucu türleri ve araştırmalarının hangi konuları kapsadığı ve çıkan sonuçların ne olduğuna değinilerek tezin araştırma kısmının farklılığı ve hangi eksik alanı doldurmak adına yapıldığı gösterilmeye çalışılmıştır.

Araştırma kısmında ise Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde bulunan okur temsilcilerinin köşelerinden okura nasıl yer verildiği ve bu köşelerin hangi özelliklere sahip olduğunu ortaya koymayı amaçlayan bir içerik araştırması yapılmış ortaya çıkan bulgular tablolarla birlikte yorumlanmıştır.

### **4.1 Okuyucu Türleri ve Araştırmaları**

Okurlara yönelik yapılan çalışmalar ilk önce okur türleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu çalışmalarda genel olarak okurların gazete okuma nedenleri ve motivasyonları üzerinde durulmakta çoğunlukla da kullanımlar doyumlar yaklaşımından faydalanılmaktadır. Bu çalışmaların içinde okurun gazete okurken gazete okumaya ayırdığı süreç boyunca dikkat ettiği noktaların neler olduğu, neyi nasıl algılayıp konumlandığı bunu yaparken hangi toplumsal durum ve düşüncelerin onu yönlendirdiği gibi konular büyük önem taşımaktadır.

Akademik bir çalışma sonucu ortaya atılan okurların üç gruba ayrılması şu şekilde olmaktadır; Okuyucu olmayanlar, tekil okuyucular ve çoklu okuyucular. Wanta, hu

ve Wu'nun araştırmasının sonucu Okuyucu olmayanlar haftada iki (2) ve aşagısında gazete okuyanlar, tekil okuyucular haftanın iki gününden çok okuyanlar ve en son olarak çoklu okuyucularda farklı gazeteleri haftanın iki gününden çok okuyanlar olarak tanımlamaktadır. Araştırma yapılan okuyucu grubunun dağılımı ise şu şekildedir; %58'i tekil okuyucu olan deneklerin, %12'si okuyucu olmayanlar ve %30'u ise çoklu okuyucu grubudur. Araştırma şunu ortaya koymaktadır ki okuyucu olmayanların güncel olaylar ve çevrede olup biteni anlamada gazete okuma motivasyonlarının düşük olmasıdır (Wanta, HU ve Wu, 1995:, Akt: Bayrams: 109-113).

Gazete okuma alışkanlıklarına ilişkin yapılan diğer bir araştırma da Lipschultz tarafından yapılmış olup yine üç okuyucu türüne odaklanmıştır. Araştırma sonucu; bu üç gazete okuma pratiğine sahip grup (hiç gazete okumayanlar, ara sıra okuyanlar ve düzenli okuyanlar) tercihlerini belirli nedenlere göre yapmakta oldukları ortaya çıkmıştır. Hiç gazete okumayan kişilerin buna neden olarak zaman kaybını göstermesi, haberlerin taraflı olması, gazetelere karşı olan güvensizlik gibi unsurların olması gibi sonuçlar çıkmıştır (Lipschultz, 1987:61-64, akt, Bayram: 111).

Gazete okurken okurların ne ve nasıl motivasyonlar neticesinde okuma eylemine başladığı araştırmacılar tarafından ilgilenilen bir diğer çalışma alanıdır. Bu konu ile ilgili çalışma yapan Ruotolo bu motivasyonları 15 (Onbeş) kategoriye ayırmıştır. Bunlar; zaman geçirme, eğlence, çevreyi kontrol etme, katılım ve kaçış, arkadaşlık, heyecan, rahatlama, yeni davranışlar öğrenme, yakın ve uzak çevreyi öğrenme, yardım, sosyal etkileşim, sosyal karşılaştırma, sosyal bağlantı, tutum onayı, alışkanlık olarak betimlenmiştir. Bu sonuçlar neticesinde 5 (Beş) tane de okuyucu profili çıkaran Ruotolo bunları şu şekilde açıklamıştır;

Fikir oluşturanlar: kendisine ait olan bir fikri, kendi görüşüne benzer bir yazar veyahut haber kaynağını okuyarak pekiştiren ve betimleyen okur türüdür.

- Araçsal Okuyucular: Bu tür okurlar gazeteyi toplumsal olayları öğrenmek için kullanırlar.
- Memnuniyet için Okuyanlar: Gazete okumayı günün bir neticesi olarak gören bu okuyucu türü bundan haz alırlar.

- Ego bastırıcılar: Toplu tarafından dışlanmamak ve bir gruba ait olabilmek için çabalayan bu grup, çoğunlukta olan fikirleri sahiplenebilmek için gazete okurlar.
- Tarayıcılar: Genel anlamda belli bir alan üzerine okuma yapan okuyucu grubu olarak sınıflandırılmaktadırlar. Her haberi değil ilgilerini çeken haberi okurlar.

Okuma davranışının gelişmesinde araştırılması gereken tek konu gazete satın alma davranışı değildir. Gazete okuma davranışı sadece satın alma eylemi ile değil aynı zamanda birilerinden sağlama, internet yoluyla da olduğundan Türkiye özelinde araştırıldığından 5 milyon civarı satış olduğu ama gerçekte okur sayısının çok daha fazla olduğu düşünülmektedir (Eraslan, 1998:32).

Okur araştırmaları aynı zamanda okur profilini de kapsayarak araştırmacılar okur profilini analiz etmeye yönelik araştırmalarda bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak Wimmer ve Dominick tarafından yapılan okurların yaşam tarzlarını bölümlenerek okurun hobileri, ilgileri ve zevklerini ortaya koymaya çalışmıştır (Halıcı, 1998: 5).

Okur üzerine yapılan demografik özellikler üzerinden de araştırmalar yapılmaktadır. Bu araştırmalarda genel olarak yaş, cinsiyet gibi demografik özellikler bulunarak gazete okuma, okur olma gibi durumlarla sınıflandırma yapılmaktadır. Türkiye özelinde yapılan bir araştırmada Konya ilinde gazete okuyan kişilerin üzerinde yapılan yaş araştırmasında en çok 56 yaş üzeri kişilerin gazete okudukları ortaya çıkmış ve 18-25 yaş grubu okurların gelişmeleri daha çok internetten takip ettiği gözlemlenmiştir (Kaya, 2005:167).

Cinsiyet üzerinde yapılan araştırmalarda ise kadın erkek ilişkisini gazete okuma pratikleri ile değerlendirip cinsiyet farklılığından kaynaklı bir değişim olup olmadığıdır. Gelir düzeyleri üzerine yapılan araştırmalarda ise bireylerin düşük veyahut yüksek gelirlere sahip olmalarının gazete okuma pratiklerinde nasıl bir fark yarattığı tartışılmış ve çeşitli çıkarımlar bulunmuştur.

Bu ve benzeri koşullar ile yapılan okur araştırmaları genel olarak kullanımlar doyumlar yaklaşımı ile okurun profilini gene okur üzerinden yapılan çalışmalar ile ölçmeye çalışmaktadır. Bu tezde yapılan okur araştırması okurun tanımını aktif okur

tezinden yola çıkarak okur temsilcilerinin sayfalarında yer verdikleri okur mektupları ile yapmayı amaçlamaktadır.

## 4.2. Yöntem

Ortaya çıkış nedeni günümüz medyasında okurun gazetede ki yerini ve kendini nasıl ifade ettiğini öğrenme gayesiyle Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde bulunan okur temsilcilerinin köşelerinde okura nasıl yer verildiği ve bu köşelerin hangi özelliklere sahip olduğunu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma 3 (Üç) bölümden oluşan, nicel bir araştırmadır.

Çalışma, yukarıda belirtilen amaçlara uygun olarak Türkiye'deki yaygın yazılı basın evreninden yola çıkarak, bünyesinde okur temsilcisi bulunduran 4 (dört) gazete ile sınırlıdır. Bu gazeteler; Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah Gazetesi'dir.

Çalışmanın örnekleme bu dört gazetenin bir yıllık bir sürecini ele alarak belirlenmiştir. Her dört gazete içinde her hafta pazartesi günleri yazı yazan okur temsilcileri "2 Eylül 2013 tarihinden- 29 Eylül 2014" tarihine kadar köşelerinde yayınlanan okur mektupları ile sınırlandırılmıştır. Bu sınırlandırmanın nedeni okur temsilcilerinin ancak bu tarihlerde aynı anda gazetede bir yer alanına sahip olmalarından kaynaklanmıştır.

Çalışma için gerekli olan veriler, belge tarama yöntemi ile bir yıl boyunca toplanan basılı gazetelerden elde edilmiş olup, eksik olan köşeler internet gazetelerinden bulunarak araştırmaya dahil edilmiştir. İncelenen dönemde Cumhuriyet Gazetesi'nden 48 (Kırksekiz), Hürriyet Gazetesi'nden 52 (Elliiki), Milliyet Gazetesi'nden 42 (Kırkiki) ve Sabah Gazetesi'nden 50 (Elli) olmak üzere toplam 192 (Yüzdoksaniki) okur temsilcisi köşesi üzerinde araştırma yapılmıştır. Haftada bir yayınlanan okur temsilcisi köşelerine Cumhuriyet Gazetesinden 4 (Dört), Milliyet Gazetesi'nden 10 (On) ve Sabah Gazetesi'nde de 2 (İki) kez ilgili gazete sayısına okur temsilcisinin o hafta yazı yazmamasından kaynaklı ulaşılamamıştır.

Çalışmada söz konusu 4 (dört) okur temsilcisinin köşelerinde yer alan toplam 603 (Altıyüzüç) okur mektubu ve 208 (İkiyüzsekiz) okur temsilcisi köşesi incelenmiştir.

Araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler tablo halinde araştırmanın amaçları doğrultusunda çözümlenmiştir.

Araştırmanın amacı, ilk bölümde okur temsilcilerinin kendi gündemlerine ilişkin olarak hangi konuları ele aldıklarından yola çıkarak, kendi gündemlerine ait bilgilerin metin analiziyle çözümlenmesidir. Araştırmanın ikinci kısmında ise araştırma kapsamındaki gazetelerin okur temsilcisi köşelerinde yer alan okur mektuplarının kimler tarafından yazıldığını, bu mektupların içeriklerinin hangi konuları kapsadığını, okur temsilcisinin bu eleştirilere yanıt verip vermediği ve söz konusu eleştirilere okur temsilcisinin yanı sıra diğer gazete çalışanlarının ve muhatapların yanıt verip vermediklerini ortaya çıkarmaktır. Böylece, hem okurun gazetede hangi tür sorunları kendisine problem ettiğini hem de okur temsilcilerinin çalıştıkları gazetelerde okur temsilcilik görevlerini nasıl bir pratikle yaptıkları, ne tür işlevleri yerine getirebilme potansiyeline sahip oldukları ve bunları ne ölçüde gerçekleştirdikleri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise cevaplanan okur mektuplarının hangi sorunlarla ilgili olduğu ve ne tür cevaplar verilerek gazetede ilgili köşede yer aldığı ortaya konmuştur.

### **4.3 Bulgular ve Yorum**

Çalışmanın bu bölümünde Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yer alan habere yönelik eleştiriler, önce genel bulgular sunulmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgular, tekrara düşülmemek için sadece bir başlık altında ele alınmıştır. Çalışmanın bu bölümü aşağıdaki bölümlerden oluşmaktadır;

#### **1. Okur Temsilcilerinin Kendi Gündemlerine İlişkin Analizi**

Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetesi okur temsilcileri üzerinden yapılan araştırmanın bu ilk bölümünde okur temsilcilerinin köşelerinde yer alan okur mektupları haricindeki kendi gündemlerine ait yazılar ele alınmış ve hangi konular üzerine yazılar yazıldığı, ne kadar yer ayırdıkları gibi tutum ve davranış biçimleri

incelenmiştir. Araştırmanın bu kısmı okur temsilcilerinin, okurun görüşleriyle kendi görüşleri arasında ne denli benzerlikler ve farklılıklar olduğunu, gazetenin sahiplik yapısıyla nasıl bir ilişki içinde olduklarını, gündem olaylarıyla kendi gündemleri arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek açısından çok önemli bir çalışmadır. Bu bölümün alt başlıkları köşede yer alan yazıların bölümlere ayrılması sonucu:

- Gazetecilik ve Etik,
- Gazetecilik Türleri,
- Gazetecilik Tanımı,
- Haber ve İmla,
- Medya ve Gündem,
- İnternet Gazeteciliği,
- Okur
- Okur Temsilciliği

konularından oluşmuştur.

## **2. Okur Şikayetlerine İlişkin Analiz**

Araştırmanın ikinci bölümünde okur temsilcileri köşelerinde okur şikayetlerine yer verme durumları incelenmiş ve çeşitli kategorilerle sayısal veriler ışığında çıkarımlara ulaşılmıştır. Bu çıkarımlar okurun gazetede sesini yeterli bir şekilde duyurabileceği bir alana sahip olup olmadığının ortaya konabilmesi açısından gerekli görülmüş ve tablolar ile ortaya konmuştur.

## **3. Cevaplanan Okur Mektuplarının Analizi**

Okur temsilcileri köşelerinde yer alan okur mektuplarından cevaplananlarının analizinin yapılması aslında cevaplanmayan okur mektuplarının hangi özelliklerde olduğu ve hangi konuların es geçildiğinin ortaya konması açısından çok büyük bir öneme sahiptir. Cevaplanmayan okur mektuplarının hangi konularda olduğunun ortaya konmasının önemi, okurun kendisini ifade edebilme özgürlüğünün ne denli olduğunun tanımlanabilmesi adına çok önemli bir veri olarak kullanılmıştır. Aynı

zamanda okur temsilcilerinin genellikle hangi okur şikayetlerine cevap verdikleri ve nasıl bir tutum sergiledikleri üzerinden de okura verdikleri değer ve önem ortaya konulmuştur. Yapılan araştırma içerisinde ilgili çalışmaya konu olan gazetelerin ayrıldıkları başlıklar her gazetenin okur temsilciliğine yaklaşımı ve köşelerdeki farklılıklar nedeniyle bazı benzerliklerle birlikte farklılıklar da göstermiştir. Bu durum araştırmanın bu bölümünde yapılan sınıflandırmalarda farklı başlıkların oluşmasına neden olmuştur.

### **4.3.1. Okur Temsilcilerinin Kendi Gündemlerine İlişkin Analizi**

Yapılan içerik analizinde okur temsilcilerinin köşelerindeki kendi görüşlerine ait yazılarının temelde dört (4) konu alanı içinde kaleme alındığı ortaya çıkmıştır. Bunlardan sırasıyla medya, gazete, gazeteci ve ombudsmana yönelik düşünceleri, üçüncüsü ise ülkenin gündemine ait düşünceleri, dördüncü olarak gelen okur mektuplarına ilişkin genel bir değerlendirme olarak ayrıştırılabilir.

#### **4.3.1.1 Gazetecilik ve Etik**

Etik değerler olarak adlandırılan kural ve yargılar insan ilişkilerinin ve insan aklının belirli bir süreç içinde yaşadığı deneyimlerden meydana gelmektedir. Bu nedenle bir mesleğe ilişkin etik kuralları da ancak o mesleğin içindeki kişiler ve çalışanların deneyimleriyle varolabilmekte, dışarıdan dayatılamamaktadır (Tılınç, 1999'dan aktaran Atabek, 2005: 9).

Gazetecilik etik değerleriyle günümüz dünyasının içinde bulunduğu karmaşa ve şiddet düzeni birbirine tam oturmamakta ve haberciler, etik değerlerden kaynaklı vahşet ve şiddet haberlerinin yayınlanması üzerine belirtilen kriterlerin, dünyanın çeşitli yerlerinde meydana gelen vahşet, savaş, şiddet ve haksızlıkların gerekli şekilde verilmesinde yetersiz kaldığını savunmaktadırlar:

*“Ortadoğu'nun sokakları parçalanmış insan cesetlerinden geçilmezken, çocukların üzerine yağdırılan bombaların, atılan füzelerin, yaşanan zulmün*



*'fotoğrafını' çekmemek, yayımlamamak mümkün mü? Üstelik savaşın giderek tırmanan sert ve acımasız yüzüyle o bölgenin çocukları bilinmez bir geleceğe doğru sürüklenirken... “ (21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine gazetecilik mesleği ve etik değerlerine ilişkin olarak okur temsilcileri tarafından sıkça hatırlatılan bir diğer unsurda habere konu olan kişilere karşı yaklaşımdır. Bu yaklaşımın nasıl ve hangi kurallar dahilinde olması gerektiği ve haberde nasıl yer almasının gerekliliği durumu yine okur temsilcileri tarafından hem gazetecilere hem de okurlara sıkça hatırlatılmaktadır:

*“Haberlerde suçlanan kişinin görüşünü almak ve cevap hakkına saygı göstermek temel gazetecilik görevidir. Geçmişte yayımlanmış bir haberde suçlanan kişinin görüşü. yanıtı alınmamışsa aynı sayfanın altına bir bant atılarak karşı görüş eklenir. Bu eklemenin tarihi de mutlaka belirtilir. (10.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine tartışma konularından biri olan kamusal alanın ne olduğu sorunu okur temsilcilerinin, gazeteci ve muhabirleri magazin ve gündem olaylarında adı geçen kişilerden korumak için sürekli olarak açıklama yaptıkları bir diğer konudur. Medya paydaşlarını korumaya çalışan okur temsilcileri bir yandan da kendi kriterlerini oluşturmaya çalışmaktadırlar. Bu koruma ve cevap verme durumu kimi zaman gazeteci yerine habere konu olan kişilerin haklı olmasından kaynaklı gazetecilere yapılan hatırlatmalara dönüşmektedir.

*“ ...Evrensel gazetecilik ilkeleri de bu hakkı teslim eder; Medeni Kanun ile Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) da. Hatta FSEK, kişilerin fotoğraflarını “eser” niteliğinde bulmasa bile “kişisel değer” olarak nitelendirir ve herkesin kendi kişisel değeri üzerinde her tür telif hakkına sahip olduğunu, “muvafakat alınmadan umuma arz edilemeyeceğini” benimser. Tartışmasız bir hak olarak kabul gören “kişisel değer”in kamuya açık alanda yer alması, yani alenileşmiş olması o kişinin haklarını ortadan kaldırmaz...(23.02.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetelerinin hem içerik hem de biçimsel sıkıntılarıyla ilgili yazılar yazan okur temsilcileri aynı zamanda gazetelerine eleştirilerde bulunan toplum önünde kabul

gören ve saygı duyulan kişileri dillendirerek saygın bir gazete oldukları görüşünü okura hissettirmeye çalışmaktadırlar.

*“İSKİ Sağlık ve Turizm bakanlarından Bülent Akarcalı, Hürriyet’in eski okurlarından. Zaman zaman eleştirilerini de iletir Akarcalı. Bu kez yazarların mail adresleriyle ilgili olarak karşılaştığı bir sorunu aktardı: “Gazetenin köşe yazarlarının çoğunun e-mail adresleri çalışmıyor. Gönderilen iletiler, ‘Bu adres geçersiz’ diye geri dönüyor. İsim vererek muhabirlik yapar konuma...(26.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri, gazete tarafından yapılan yanlış haber ve benzeri düzeltmelerin yanı sıra kendi okur temsilciliği bakış açısını da ortaya koyarak bir tartışma alanı yaratmaktadır. Günümüz medyasının en büyük sorunlarından biri olan gazetecilik mesleğinin tarafsızlığının tartışılması yine okur temsilcileri tarafından köşelerinde yapılmaktadır.

*“Gazetelerin tarafsızlığını herkes kendi duruşuna göre yorumluyor; kendine göre tanımlıyor. Ben ne gazetecinin tarafsızlığını masal olarak görenlerin safındayım, ne de mutlak tarafsız gazeteciliği savunanların. Gazeteci, tarafsız taraftır bence. Siyasi partilere, ideolojilere, çıkar gruplarına karşı tarafsızdır. Ama demokrasi, insan hakları, barış ve özgürlükler gibi temel değerlerden yanadır; ayrımcılığa, nefret söylemine, şiddete, savaşa karşıdır. (9.2.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilerin tarafsız olmasının gerekliliğinden sıkça bahseden okur temsilcileri bu durumun günümüz medyasında nasıl bir düzende olduğundan ve bu sistemin hangi sorunlarla büyüyerek geliştiğinden köşelerinde bahsederek bir medya-iktidar ve gazeteci analizinde bulunmaktadır.

*“Bize öğretilen şudur; “Gazeteci taraf tutmaz ”Gerçek biraz daha farklıdır. Gazeteciler de taraftır. Ancak bu bir siyasi parti veya kişilerden yana taraf olma hali değildir. Gazeteci, siyasi iktidarın ya da muhalefetin kendisinin değil, mevcut ya da olası politikalarının ‘demokrasi ve hukuk devletinde’ doğuracağı sonuçlar itibariyle ancak meselenin tarafı olabilir. (31.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okurların çeşitliliğine göre gazetenin haberi yayınlama şekli sıkça tartışılmakta ve bu tartışma okur temsilcileri tarafından kimi zaman olumlu kimi zamanda olumsuz olarak değerlendirilerek köşelerinde yer almaktadır. Okur temsilcilerine göre iki tarafın karşıt olduğu haberlerde gazete bir taraf olamaz ve her iki tarafa da eşit şekilde yaklaşarak haberde yer vermesi gerekmektedir.

*“Bazı okurlarımız da Gazze’de insanlar katledilirken, İsrail ile ilgili herhangi bir habere yer verilmesine dahi tahammül edemiyor. Kısacası, bazı gazetelerin Filistin sorununu dini bir sorun gibi algılayanların söylemi, bütün Yahudileri hedef gösteren ırkçı yaklaşımı ve sosyal medyada olayın protesto ediliş biçimi son derece sorunlu ve tehlikelidir. (28.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Bir diğer okur temsilcilerinin köşelerinde yer verdikleri konu gazetecinin kendi tutum ve fikirleriyle oluşturduğu yazı ve haberlerinin sadece gazeteciyi bağlamadığı aynı zamanda gazetecinin bünyesinde çalıştığı medya kurumunu da o haberden sorumlu tutma durumudur.

*“Gazetecilerin düşüncelerini sosyal medyada dile getirmeden önce çalıştığı kurumu bağlayacak, o kuruma gölge düşürecek, güvenilirliğini ve - saygınlığını zedeleyecek ifadelerden ve yorumlardan kaçınılması gerektiği iletişim bilimcilerinde üzerinde durduğu bir konu. (02.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazete tarafından yapılan yanlışlık ve hataların gazetenin yazı işleri ve muhabirleri tarafından düzeltilmesi yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer verdikleri konulardandır. Kendi hatalarını düzeltmek için okur temsilciliği köşelerini kullanan muhabir ve gazeteciler böylelikle okur temsilciliği köşesini ciddiye aldıklarını dolaylı olarak göstermektedirler.

*“Milliyet gazetesi gözaltındaki polisleri maktube yerken gösteren söz konusu fotoğrafı gerçek sanıp gazetede kullandı. Ancak hemen sonrasında okurlarından özür diledi. Yazı işlerinde yaşanan bir iletişim aksaklığı nedeniyle. (04.08.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilik mesleğinde bildiğini söylemenin ve tarafsız habercilik yapmanın önemi yine okur temsilcileri tarafından tartışılan bir diğer konudur. Günümüz medyasında bir gazetecinin haber yaparken uğradığı saldırılar sadece fiziksel değil aynı zamanda manevi yönden de gelmektedir. Gazetecilerin kendi içlerinde bir bütünlüğe ve birliğe sahip olmamaları durumu da bu şiddeti daha da arttırarak çok zor bir çalışma ortamı yaratmaktadır.

*“Türkiye’de objektif olmanın, vicdan ve akılla gazetecilik yapmanın zor olduğu bir dönemden geçiyoruz. Öyle ki; yok yere hayatını kaybeden muhabirlerin yansıra, kendi meslektaşlarımız tarafından hedef haline getirilmenin de vahim örneklerini yaşıyoruz. (23.09.2013 Milliyet Gazetesi)*

Gazeteciliğin etik değerleri üzerinden yaptıkları eleştirilerde sadece suçu medya ve baskıcı düzene atmamanın gerektiğini savunan okur temsilcileri bu durumun düzeltilmesine yönelik önerilerde de bulunmaktadır.

*“Peki gazeteciler soru soramazlar, sorularına doğru yanıtlar alamazlarsa mesleklerini nasıl yerine getirecekler? Evet, soru sormak, yanıt istemek bizim görevimiz. Görevimizi yerine getirmemiz engelleniyorsa, soru sorma hakkı için etkin bir mücadeleye girişmek ve nerede görevimiz engelleniyorsa orada, kim görevimizi engelliyorsa ona karşı hep birlikte, evet hep birlikte ve örgütlü olarak harekete geçmeliyiz. Yanıt alamadığımız soruları “işte bu sorulara yanıt verilmiyor, Yanıt vermeyenler işte şu yetkililer, şu görevliler, şu sorumlu kişilerdir” diye ilan etmek, açıklamak da bir hak ve görevdir.” (09.06.2014 Sabah Gazetesi)*

Gazetecilik anlayışı ve etik değerler bununla birlikte kamu yararı ve okurun hakları birlikte değerlendirilerek bir anlamsal bütün çıkarılmaya çalışılmalıdır düşüncesinden yola çıkarak köşesinde yazılar yazan bir diğer okur temsilcisinin ilgili yazısı aşağıdaki gibidir;

*“Her zaman olduğu gibi bu ilkeyi uygularken de çifte standarda düşmemek gerek. Telefon veya görüntü kayıtlarını, muhatabının kim olduğuna bakmadan, aralarında ayırım yapmadan, sonuçlarını gözetmeden yayımlamaktır objektif ve tarafsız gazetecilik. 17 Aralık krizi sonrasında ortaya saçılan kayıtlardan örnek vermek gerekirse, işadama Reza Zarrab’ın*

*görüntüleri ne kadar haber değeri taşıyorsa, Başbakan Erdoğan, eski İçişleri Bakanı Muammer Güler'in ve Fethullah Gülen'in telefon konuşmalarının yayımlanmasında da o kadar kamu yararı vardır. (20.01.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Basın alanında ortak bir kural, kanun ve etik değer tablosunun olmayışı bu alanda yaşanan handikapların kolay kolay çözülememesine neden olurken aynı zamanda her gazetenin ve basın organının kendi görüş ve fikirlerine uygun olarak habercilik anlayışıyla basın alanında faaliyet göstermelerine neden olmaktadır.

*“Türkiye’de gazetecilerin davranışlarıyla ilgili olarak meslek kurumlarının ya da iç denetim mekanizmalarının üzerinde anlaştığı ortak yazılı kurallar yok. Ancak biliyoruz ki; genel meslek ilkeleri, gazetecilerin sosyal medyayı nasıl kullanmaları gerektiği konusunda önemli bir referans oluşturuyor. (02.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri tarafından haberin dili ve oluşturulurken kullanılan veriler hem haberin doğruluğu hem de haberin okur tarafından algılanışı açısından incelenmektedir. Okur temsilcileri hem örnekler vererek şu anki durumu ortaya koymakta hem de haberin nasıl olması gerektiği ve bunun nasıl yapılabileceğini dair tavsiyelerde bulunmaktadırlar.

*“Gazetecinin kendisine sunulan bilgi ya da belgeleri araştırmadan, sorgulamadan, habercilik refleksini kaybederek olayı okura aktarması haberin doğruluğu açısından nasıl sorun yaratırsa, bazı haberlerde kullanılan dil de benzer sorunları yaratmakta. (16.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilciliğinin nasıl işlemesi gerektiği ve hangi koşullar ve standartlar ile yapılması gerektiği durumu gazetecilik etik değerleri ile ilişkilendirilerek anlatılmaya çalışılmakta ve okur temsilcilerinin kendi köşelerinde de yer bulmaktadır.

*“Okur temsilcisi olarak okurlarla gazete arasında bir köprü işlevi görüyorum; okur eleştirilerini ve düzeltme taleplerini adil bir şekilde değerlendirmeye çalışıyorum. Tabii temel dayanağım da evrensel gazetecilik ilkeleri, Gazetecilik Hak ve Sorumluluk Bildirgesi ile Doğan Medya Grubu Yayın İlkeleri. Kimi zaman okuru haklı buluyorum, kimi zaman da gazeteyi. Bugüne*

*kadar yazdıklarım sürekli gazeteyi haklı çıkarma gibi bir gayretin içinde olmadığımı kanıtlıyor sanırım. (02.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Kendi köşesine yapılan eleştirilerde hangi kriterleri uyguladığını söyleyerek kendisine gelebilecek tarafsız olmadığı eleştirilerini baştan engellemeye çalışan okur temsilcileri kendi görev alanları çeşitli tanımlarla ortaya koymaya çalışmaktadır:

*“Okur Temsilcisi olarak insanların mağduriyetine yol açmamak ya da mağduriyet doğmuşsa devam etmesine katkıda bulunmamak gerektiğine inanıyorum. (09.02.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Daha önce kendi gazetelerine yapılan eleştirileri belirli gündem olaylarıyla ilişkilendirerek gazetelerinin tarafsızlığını veya suçsuzluğunu ortaya koymaya çalışan okur temsilcileri b tarz haber ve suçlamaları sık sık tekrarlayarak güven kazanmaya çalışmaktadır:

*“Hürriyet, Orgeneral Işık Koşaner’in internete düşen ses kaydını “Komutandan acı itiraf” başlığıyla manşete çektiğinde eleştirilmişti. “Nasıl olur da Hürriyet, yasadışı yollardan elde edilen ses kaydını yayımlar?” denilmişti. (14.04.2014 Hürriyet Gazetes)*

Telif konularına kendi gazetelerine yapılan eleştirilere karşı savunma yapmaya çalışan okur temsilcileri bu tür sorularda cevap olarak gazetenin politikasını göstererek çoğu zaman bir hata yapıldığını kabul edip tekrarının bir daha yapılmaması için çalışılacağını sinyali vermektedir.

*“Aslında Hürriyet, telif ve imzalar konusunda duyarlı davranıyor, ama bu fotoğrafı çekenin bilinmemesinden kaynaklanmış eksiklik. 12 Eylül öncesinin zorlu koşullarında çekilmiş o fotoğrafa verilen emeğe saygı bakımından editörlere böylece duyurmuş olalım. (06.04.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde kendi gazetelerinden haberler verirken bunu bir nevi reklamcı gözüyle yapmaktadırlar. Gazetelerinin diğer gazetelerden farklı yönleri, olumlu tarafları ve yeni yarattığı yenilikler okur temsilcileri tarafından köşelerinde yer almaktadır.

*“Bu hafta bir de Hürriyet’ten haber vereyim. İnsan Kaynakları Direktörlüğü, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) mevzuatı çerçevesinde “Hürriyet Etik İlkeler Prosedürü” hazırladı. Prosedürdeki en büyük yenilik, Hürriyet çalışanlarına verilecek hediyelerde üst sınırın 250 TL olarak belirlenmesi. Böylece Yayın İlkeleri’nde var olan hediyelerle ilgili ilkenin sınırları çizilmiş oldu. (07.07.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazeteciliğin hangi değerler üzerinden yapılması gerekliliği okur temsilcilerinin hem haberi hem de medyayı eleştirmek için üzerinden yürüdüğü kriterleri oluşturmaktadır. Gündem eleştirisiyle birlikte medyayı eleştirerek sorunlu alanı ortaya koyan okur temsilcileri kendi gazetelerini bu durumdan soyutlayarak gazetelerinin farkını ortaya koymaya çalışmaktadırlar:

*“Bu acı olayda ihmali olanların yargı karşısına çıkartılmasını talep etmek, acılı insanların yaralarını sarmak, yeni felaketlere yol açılmasının önüne geçecek yeni düzenlemeleri yapmak, bunu yapacak siyasi iradeye sahip olmak ve bütün bunları destekleyen sorgulayan bir sorumlu gazeteciliğe ihtiyacımız var. Milliyet bu sorumluluğu üzerine almış görünüyor.” (19.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin köşeleri bulunduğu gazetenin tutumu ve davranışlarını etik değerlere çok uyumlu olarak gösterdiği yazılar yine okur temsilcileri köşelerinde sıkça rastlanan konulardandır:

*“Daha önceki seçim döneminde Milliyet gazetesinin seçim haberlerini sunuş biçimi ve sandığa giden partilere eşit mesafede duruşunu okurlarımız takdirle karşıladı. Milliyet bu duruşunu Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de korudu. (14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

### 4.3.1.2 Gazetecilik Türleri

Gazeteciliğin çeşitli dalları ile birlikte şekillenen gazetecilik mesleği ve haber içerikleri yine okur temsilcileri tarafından köşelerinde yer verilen konulardan biridir. Okur temsilcileri gazetecilerin çeşitli kriterlere göre belirlenen habercilik anlayışları ve türlerini haber yapma sürecinde nasıl kullandıklarını ve bunların günümüz medyasında nasıl yansıdığını yine sayfalarında tartışmaktadırlar:

*“Maalesef ‘Barış gazeteciliği’ ilkelerinin spor haberlerinde de uygulanması gereken bir aşamaya geldik. Sporda şiddet, endişelenmemiz gereken bir aşamada. Futbol takımları arasındaki çatışmalar basketbol salonlarına da taşınmakla kalmadı; basketboldaki Fenerbahçe-Galatasaray çekişmesi, Galatasaray’ın final maçını protesto etmesine kadar uzandı. Bu gidişe müdahale edilmezse önümüzdeki sezon daha vahim olaylarla karşılaşmamız işten bile değil. (23.09. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Günümüz medyasının en hızlı değişen gündemine sahip ama bir o kadar da zahmetli alanı olan magazin haberciliği hem okurun hem de okur temsilcilerinin sıkça eleştirdiği haber türlerindedir. Bir haberin neye göre haber olduğu net bir şekilde açıklanamazken magazin haberciliği gibi tamamen kişiler üzerinden işleyen bir haber türünün nasıl değerlendirileceği ve yapılacağı okur temsilcileri tarafından çeşitli örneklerle sıkça köşelerinde tartışılmaktadır:

*“Magazin gazeteciliği bu mesleğin en zahmetli alanıdır ve toplumda karşılığı olan, hızla üretilen ve tüketilen olayların sadece popüler bir sunumu değildir. Aksine geniş kitlelere nasıl ve ne şekilde hangi kültürün empoze edildiğiyle alakalıdır. (18.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gazetecilerin çeşitli kriterlere göre belirlenen habercilik anlayışları ve türlerini haber yapma sürecinde nasıl kullandıklarını ve bunların günümüz medyasında nasıl yansıdığını yine sayfalarında tartışmaktadırlar:

*“Magazin basını bir süredir futbolcu Caner Erkin’in tasarımcı eşi Asena Erkin’in, şarkıcı Berkay ile birlikte çekilen fotoğrafları ile meşgul. Bu nasıl bir magazincilik ve haberciliktir. (16.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*



Yine bir diğerk gazetecilik branşı olan araştırmacı gazetecilik de okur temsilcilerinin köşelerinde yer bulmaktadır. Araştırmacı gazeteciliğinin ne olduğunu okura açıklamaya çalışan okur temsilcileri aynı zamanda gazetecilere de gündem olayları üzerinden araştırmanın nasıl yapılması gerektiğinin tıyolarını vermektedirler. Okur temsilcileri yazılarında kendi görüşlerini destekleyecek okur mektuplarına da yer vermektedirler:

*“Bu haberlerin takipçisi olmak araştırmacı gazeteciliğinin de bir gereği. Dolayısıyla okurumuz haklı, toplumsal travmalara neden bu davaların takipçisi olmak zorundayız. Serpil Çevikcan’ın söz konusu yazısında dediği gibi; “Bize de sadece felaketten felakete davaları anımsatıp, “Hesabı sorulacak” sözlerinin izini, gücümüzün yettiğince sürmek kalıyor. Ve bu derin yaraya bir nebze olsun merhem olmanın tek yolu, hesap sorma sınavından tam notla geçebilmek.” (30.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Bu tür gazetecilik branşlarını açıklayarak günümüz medyasının hatalarını ortaya koymaya amaçlayan okur temsilcileri bunun için çeşitli uzman ve konunun önde gelenlerinden yardımlar alarak derlemelerde bulunmaktadır.

*“Barış Gazeteciliği” kitabının yazarları Jake Lynch ve Annabel McGoldrick’in “Barış gazeteciliği yapmanın püf noktalarını sıralarken, “Ben ve öteki gibi keskin ayrımlar yapmaktan kaçının” ve “Birisini şiddeti başlatmaktan ötürü suçlamayın” uyarısında bulunuyorlar. Dikkat ederseniz Galatasaray ve Fenerbahçe arasındaki kavgaya ilişkin haberlerde bu iki yanlış sürekli tekrarlanıyor. Hem iki takım arasında ayrım yapılıyor, hem de haberi yazanın durduğu yere bağlı olarak diğer takım kavgayı başlatmakla suçlanıyor. (23.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilik mesleğinin kendi içinde ayrıldığı dallar ve bu alanların gerek günümüz medyasına getirdiği baskı gerekse gazetecilerin yeterli önemi vermemelerinden kaynaklı yaşadığı bozulmalar yine okur temsilcileri tarafından köşelerinde işlenmektedir.

*“Ya da şöyle soralım; yıllar içerisinde edindiğimiz o derin tecrübeyle, arkasında büyük karanlık güçlerin olduğu cinayet davalarının hiçbirinden sonuç alınamamasından dolayı araştırmacı gazetecilik ölüyor mu? (03.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde gazetecilik mesleği ve gazetecilerle ilgili olarak çeşitli saptamalarda bulunmaktadırlar. Gazetecilik dallarının nasıl ayrıldığı ve hangi kriterlerde yapılması gerektiği sorundur. Okur temsilcileri bu konu üzerine aşağıdaki yazıyı kaleme alarak barış gazeteciliğini sorgulamışlardır:

*“Bir gazeteci ne olursa olsun barış dilini kullanmak zorundadır. Barış gazeteciliği dediğimiz şey; tüm barış girişimlerinin değerlendirilmesini, farklı çözüm önerilerinin nereden gelirse gelsin görmezden gelinmemesini gerektirir. (28.07.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Bir diğer bu konuyla ilgili yazıda yine başka bir okur temsilcisi tarafından kaleme alınmıştır. Bu yazıda okur temsilcisi barış gazeteciliğinin nasıl yapılması gerektiğini ve bunu yaparken hangi etik kriterleri göz önünde bulundurmak gerektiğinden bahsetmekte bununla birlikte hem okura bilgi hem de gazeteciye bir hatırlatma yapmayı amaçlamaktadır:

*“Uluslararası toplantılarda iletişim bilimciler barış gazeteciliği üzerine oldukça çarpıcı kriterler sunuyor. Gazetecilerin bu tür olaylar karşısında nasıl haber yapması gerektiği üzerine birkaç veriyi paylaşmak istiyorum: Barış gazeteciliği öncelikle bütün gazetecileri taraflara saygılı olmaya davet eder. Bir olayda ‘taraf’ olduğunuz şeyi yüceltip ‘düşman’ olarak gördüğünüzü şeytanileştiren ifadelerden kaçının. Bir çatışmanın... (28.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bu tür şişirme haber eleştirilerinde bulunan okur temsilcileri başka yazılarında ise bu konuyla ilgili olarak şu yazıyı kaleme almışlardır:

*“Habersizlikten mi yoksa gazetecilik tarzlarından mı kaynaklanıyor bilemiyorum, ama Anadolu’daki bazı yerel muhabirler “esrarengiz yaratık” haberleri yazmaktan bıkmıyorlar. Bu haberleri yazanlar bilir ki, “esrarengiz yaratık” haberleri yazan açısından risk getirmez. Ne kimse çıkıp*

*doğrulanabilir bu tür haberleri ne de yalanlayabilir... (02.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Yine gazetecilik ve branşları hakkında kendi fikirlerine yakın olan uzman kişilerden görüş alan okur temsilcileri bu görüş ve fikirleri köşelerinde yayınlayarak daha önce savundukları ve kendi gazetelerinin de etik kriterlerini oluşturan değerleri güçlendirmektedir:

*“Medya etiği ve ötekileşme üzerine çok önemli çalışmaların altına imza atan Prof. Dr. İnceoğlu’na göre; çatışma döneminde çözüm odaklı barış gazeteciliğini devreye sokarak halkı doğru ve sağlıklı bilgilendirme, nefret dilini üretmeme, savaş çığırkanlığı yapmama gibi hususlara özen göstermemiz gerekiyor. (16.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

#### **4.3.1.3 Gazetecilik Tanımı**

Okur temsilcilerinin köşelerinde, kendi görüşlerini yazdıkları alanda yer alan haberlerin önemli bir kısmı gazete ve gazetecilik tartışmaları üzerine konumlandırılmıştır. Bu alanlarda gazeteciliğin etik kurallar bağlamındaki sorunları, iş ahlakı tartışmaları, gazeteciliğin ve gazetecilerin eleştirisi yapılarak konu okur temsilcileri bağlamında gazetede köşelerine taşınmıştır.

Okur temsilcilerinin köşelerinde gazeteler; ideolojik bir aygıt olarak görülmekte ve gündem yaratabilmek, kamuoyu oluşturabilmek için kullanılan bir yayın organı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumla ilgili olarak okur temsilcileri şu yazıları kaleme almışlardır:

*“Gazeteci bazen televizyonda, bazen gazetede, bazen bir dergide, bazen internette görev yapar. İktidarın öngördüğü tanımlamayı reddeden gazeteciler ya da internet haber siteleri bu düzenleme karşısında Basın Kanunu ve Basın İş Kanunu kapsamında sayılmayacaklar.” (14.07.14 Cumhuriyet Gazetesi)*

Köşelerinde yer verdikleri gazetecilik tanımlarında kendi görüşlerinin yanı sıra çeşitli dernek kuruluş ve bildirgelerden tanımlar da kullanan okur temsilcileri gazetecilere görevlerini tekrar tekrar hatırlatarak hata yapmalarını engellemeye çalışmaktadırlar:

*“ Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi gazeteciye şöyle tanımlıyor: “Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.”(21.07.14 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gazeteci kimliğinin Türkiye medyasında nasıl inşa edildiği ve bunun muhabirlere ve gazetecilik etik değerlerine yansımaları yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer bulan konulardandır. Okur temsilcilerine göre gazetecilik mesleğinde;

*“VICDANI sorumluluk esastır gazetecilikte. Sorumluluk sıralamasında önce gerçekler gelir. Sonra okura, en sonunda da editöre karşı sorumludur gazeteci. Bu üçlemenin yerini patrona karşı sorumluluk alırsa gazetecilik güdükleşir”(14.10.13 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecinin sahip olması gereken etik değerler yine okur temsilci köşelerinin sorun haline getirdiği bir diğer başlık olarak göze çarpmaktadır. Okur temsilcilerinin gözünden gazetecinin içinde bulunduğu medyanın nasıl şekillendiği ve buna göre yaşanan değişimler hem okuru hem de gazetecilik mesleğini derinden etkilemektedir. Bu değişim ve etkinin gazetecilik mesleğini nasıl biçimlendirdiğinden bahsettiği yazısında Hürriyet okur temsilcisi şu başlıklara vurgu yapmıştır:

*“Türkiye’de bir süredir yetkililerin açıklamalarını tamamen doğru kabul eden bir gazetecilik tarzı egemen hale gelmiş olabilir. Oysa evrensel gazetecilik, sadece açıklamalara değil gazeteci aklına, vicdanına, verilere, araştırmalara itibar eder. Gazeteci sorgular, araştırır öyle yazar. Dikte ettirilenle, demeçlerle, açıklamalarla yetinen gazeteci değil aktarıcı olur sadece. (30.09.13 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin tartıştıkları diğer bir konuda Muhabirin ketumluğunun ne ölçüde ve nasıl olacağı sorusudur. Okur temsilcilerinin konuya olan bakış açıları hem mesleki etik değerler hem de objektif habercilik anlayışının buluşması gerekliliği yönünde olduğu gözlemlenmektedir.

*“Ülkemizde isimsiz kaynaklara dayanan haberler yayımlamak zararlı bir alışkanlığa dönüşmüş durumda. 'Adının açıklanmasını istemeyen üst düzey bir yetkili', 'genç subaylar', 'kulüp çalışanları', 'mahalle sakinleri', 'vatandaş', 'herkes' ve daha niceleri...”( 15.09.2014Sabah Gazetesi)*

Bir gazetecinin görevinin ne olduğu ve bu görevi yerine getirmenin hem mesleki hem de toplumsal sorumluluklarının genişliği de yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer verdikleri konulardandır. Okur temsilcileri toplumsal olarak geniş kitleleri etkileyeceği düşünülen konular hakkında nasıl bir yayın politikası izlenmesi gerektiğini köşesinde tartışmış ve şu görüşleri belirtmiştir:

*“Medyanın ve yazılı basının intiharı bir mesaj olarak algılaması ve yansıtması sonsuz bir döngü yaratır. Sorumlu yayıncılığın gereği bu döngüyü kırmak ve benzer durumda olan kişilere fırsat vermemektir. (08.09.2014 Sabah Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin gözünden muhabirler etik değerlere bağlı olan ve kaynaklarına sahip çıkan meslek erbaplarıdır. Okur temsilcileri tarafından yazılan bu yazılar aynı zaman da hem gazetecilik mesleğini hem de muhabirlerin kimliğinin belirlenmesine yardımcı olmaktadır:

*“Gazeteci kaynağını gizlemeye karar vermeden önce çok ince eleyip sık dokumalıdır. Kaynağın amacını, olayın haber değerini, hikâyenin yayımlanmasında kamu yararı olup olmadığını bütün boyutlarıyla sorgulamalıdır. Bir kez karar ve söz verdikten sonra anlaşmaya uyulmalı, ne olursa olsun kaynağın adını açıklamamalıdır. Bu, gazetecinin ilerleyen yıllarda yazacağı yazılar ve anılar için de geçerlidir. (15.09.2014 Sabah Gazetesi)*

Kendi köşelerinde tüm medya alanında çalışan kişilerin görev tanımlarını yapan okur temsilcileri okurun da bu kişilerin görevlerini bilerek eleştirilerini o yönde yapmaları

gerekliliğinden bahsederek hem okura hem de gazeteciye bir sınırlama alanı yaratmaya çalışmaktadır.

*“Gazetecilikle ilgili tanım çoktur; hatta neredeyse her gazeteci kendine göre bir tanım da yapar. Fakat hiçbiri Le Monde’un kurucusu Hubert Beuve-Méry’nin gazetecilik tanımı kadar ünlü olamamıştır. “Gazetecilik, temas ve mesafe mesleğidir” der Méry. (24 .03.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Geleneksel gazeteciliğin dar boğaza girdiği, buna karşın teknolojiyle var olan sosyal medyada da bilgi kirliliğinin, hak ihlallerinin giderek artması yine okur temsilcileri tarafından sıkça tartışılan konulardan olmaktadır. Köşelerinde bu konuya ilişkin olarak görüşlerini açıklayan okur temsilcileri hem gazetecilik mesleğinin geleceği hem de kendi görev tanımlarıyla ilgili olarak yine kendi görüşlerine uygun uzmanlardan fikir alış verişinde bulunarak bu bilgileri köşelerine taşımaktadırlar:

*“Habercilik alanında yaşanan sorunlar, daha öncede belirttiğim gibi Uluslararası Haber Ombudsmanları Örgütü’ne (ONO) göre; bu durum sadece doğru habere, kaliteli analitik gazeteciliğe talebi artırmıyor aynı zaman da, itibar ve algı yönetiminin önemini de ortaya çıkartıyor. Bu da Ombudsmanlık kurumunun da yeni pozisyonlar almasını gerekli hale getiriyor. (09.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Gazetecilerin birbirlerine destek olması ve her olayda kenetlenmelerinin gazetecilik mesleğinin devamı için önemli kriterlerden biri olduğunu savunan okur temsilcileri bu konuyla ilgili olarak aşağıdaki cümleleri kaleme almışlardır.

*“Özgür bir basın demokrasinin olmazsa olmaz şartıdır. Gazeteciler bu tür olaylar yaşandığında meslektaşlarının hangi kurumda çalıştığına bakmaksızın aynı tavrı ortaya koymalıdır. (25.08.2014 Sabah Gazetesi)*

Sabah gazetesinin muhabirinin başına gelen olayların diğer gazetelerde de yer bulması gazetecilerin birbirlerine sahip çıkmaya çalıştıklarının bir göstergesidir. Okur temsilcileri köşelerinde bu dayanışmanın kaçınılmaz olması gerekliliğinden bahsederek gazetecileri birleşme çabalarına destek vermeye davet etmektedirler:

*“Ok’un işaret ettiği ‘arka kapı’dan içeri alınmalarıdır... İtibarsızlaştırılarak, ezilerek, ‘görünmeden’ ölmeleri bunlardan dolayıdır. Dolayısıyla ilk günden*

*beri Milliyet yazı işlerinin Sabah muhabiri Koyuncu'nun ölümünü manşetlerine çekerek olayı bütün ayrıntılarıyla masaya yatırdığını da hatırlatmak isterim. Bu duyarlılık okurlarımızın da takdirine neden olmuştur. Bugün geldiğimiz nokta daha da acıklıdır. Meslektaşlarımızın dayanışma ruhu yerini birbirlerine olan nefrete bırakmış gibi... (11.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Haberin değeri, habere konu olan kişinin haklarının korunmasının gerekliliğinin yanında yine aynı öneme sahip olan haber emekçilerinin güvenliklerinin sağlanması okur temsilcileri köşelerinde işlenen önemli basın sorunlarından. Günümüz basın dünyasında çok meşakkatli bir görevi yapmaya çalışan muhabirler hem fiziksel hem de psikolojik zararlara uğramaktadır:

*“Bu mesleği inanılmaz zor şartlar altında gerçekleştiren muhabirlerin hakarete uğramalarına, egosu yüksek sanatçılar tarafından itilip kakılmalarına izin vermemelidir. Ve muhabirlerden de mesleki ilkelerin dışına çıkarak gazetecilik yapmaları istenmemelidir. (18.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazetecilik mesleği ve bu mesleğin zorlukları hakkında sıkça yazılar yazan okur temsilcileri bu durumu medyanın genel bir çerçevesini çizerek ortaya koymaya çalışmaktadır. Medyanın içinde bulunduğu sorun ve karmaşık yapı aynı zamanda gazetecilere yapılan baskı ve bu mesleğin zorluklarına ilişkin ortaya çıkan meseleleri de arttırarak şu anki sorunlu basın yayın yapısını ortaya çıkartmıştır.

*“Türkiye’de işlenen faili meçhul cinayetlerin perde arkasındaki güç odaklarını araştırmaktan giderek uzaklaşan, derin devlet ilişkileri bitmiş gibi davranan, soru sormayan bir medyaya doğru yol alıyor olabilir miyiz? (03.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazetecilik mesleğinin zorluğu ve gazetecilerin yaşadıkları sıkıntılar okur temsilcileri tarafından da köşelerinde konu edilmekte ve bu zorlukları yaşayan gazetecilerin yaşadıkları olaylar özelinden başlıklar halinde yazılarında yer almaktadır.

*“Burası Türkiye. Suikastlara hedef olan, polis kurşunuyla vurulan, trafik kazalarında ölen, faili meçhullere kurban edilen, depremde enkaz altında kalan ve türlü nedenlerle hayatından olan meslektaşlarımızı gördük. Görmeye*

*de devam ediyoruz. Ne yazık ki, bu ülkede gazetecilik tehlikeli meslek; bunu gazeteci milleti de bilir. (03.08.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilerin içinde buldukları düzende iş güvenliklerinin nasıl olduğu ve hangi şartlarda çalıştıklarına ilişkin olarak yazdıkları yazılardan bir diğeri de Sabah gazetesi okur temsilcisinin köşesinde yer verdiği Erkan Koyuncu olayıdır.

*“Ne yapsak Erkan Koyuncu'yu geri getiremeyeceğiz, doğru. Ama onun ölümünden bazı dersler çıkarabiliriz. Umuyoruz ki bu acı Türkiye'deki gazetecilerin çalışma koşulları ve iş güvenliği konusunda toplumsal bir bilinçlenmeye yol açar. (08.11.2014 Sabah Gazetesi)*

Gazetecilik mesleğinin zorluğu ve bu mesleği yapan kişilerin tarafsızlığının sorgulanması gibi dünyada gazetecilere duyulan saygı ve davranış şekilleri yine okur temsilcilerinin gündemini oluşturmaktadır. Her gazetecinin güvenliğinin olması gerekliliği yine okur temsilcileri tarafından tartışılan bir diğerkonu olmaktadır:

*“Suriye, gazeteciler için en tehlikeli ülke. İç savaş yaşanan başka ülkelerden farklı olarak gazeteciler, bu ülkede bütün tarafların hedefinde. Gazetecileri, devlet güçleri de hedef alıp kaçırıyor veya öldürüyor, muhalif güçler de. Suriye'de iki yılda öldürülen gazetecilerin sayısının en az 36 olduğunu belirleyen Uluslararası Af Örgütü, gazetecilere yönelik bu saldırıları “savaş suçu” olarak niteliyor. Gazeteciler, bütün savaşlarda savaşımayan taraftır ama Suriye'de buna aldırın yok. (23.12 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilere yapılan sansür, soru sorma haklarının ellerinden alınmaya çalışılması, belirli konular hakkında yazı yazmalarının engellenmesi gibi konular da okur temsilcilerinin gündemini oluşturmakta ve yazılarını bu konular üzerine yazmalarına neden olmaktadır:

*“Gazeteciler için soru sormak yalnızca bir hak değil, ondan da önce bir görevdir. Halkın haber alma hakkının karşılanabilmesi gazetecilerin bu görevlerini layıkıyla yerine getirebilmelerine bağlıdır” (09.06.2014 Sabah Gazetesi)*

Okur temsilcileri medya alanında birbiriyle etkileşimde olan tüm birleşenleri eleştirilerek, olması gerekenin ne olduğuna ilişkin kriterler üzerinden yazılarını



yazmaktadır. Bu yazılar genel bir değerlendirme olabileceği gibi medya çalışanlarının her biri için ayrı bir başlıklarda da oluşturulmuş olabilmektedir. Sadece medya mensuplarının görev alanları değil aynı zamanda bu görevlerini hangi şartlarda ve kriterler de yaptıkları ve yapmaları gerektiğinin eleştirisi de yine okur temsilcilerinin köşelerinde sıkça yer almaktadır.

*“Bir muhabir bir olayın takibini nereye kadar yapar? Gazetecilerin iddiaları kamuoyu ile paylaşırken bilgiyi çeşitli kaynaklardan araştırması gerekir. Bir muhabirin gerçek başarısı; güncel bir haberi, özel bir habere dönüştürecek derinlikte bilgiye ulaştığında ortaya çıkıyor. (25.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

2014 yılında Ekim 2014 tarihine kadar Türkiye medya alanında çalışan 134 gazeteci işten çıkartılmıştır. İktidar baskısı ile yaşanan bu karmaşıklık ve boyunduruk aslında gene medya çalışanlarının birleşmesi ile çözümlenebilir bir konumdadır. Okur temsilcilerinin işten çıkarılması ile ilgili yazılar yazan okur temsilcileri bu konularla ilgili olarak şu yazıları kaleme almışlardır:

*“İstemediğimiz ama beklediğimiz gerçekleşti; Baydar gazetesinden uzaklaştırıldı. Baydar’ın gazetesinden uzaklaştırılması, gazete yazı işleri ve yönetiminin okurlar tarafından nesnel bir şekilde eleştirilmesi, denetlenmesi kapısını da kapattığı için ayrıca önem taşıyordu. Böylece yalnızca Gezi Parkı olaylarıyla ilgili yorumları nedeniyle gazete ve TV kanallarından uzaklaştırılanların sayısı bir rekora doğru ilerledi.” (29.07.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

ÖZ diğer bir yazısında ise yine bu duruma dikkat çekerek şu yazıyı yazmıştır:

*“Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından basın özgürlüğü konusundaki çabaları nedeniyle yılın gazetecisi seçilen Milliyet gazetesi köşe yazarı Kadri Gürsel’in Al Monitor’da yayımlanan makalesinde belirttiğine göre 36 gazeteci görevinden ayrılmak zorunda kaldı, 20 gazeteci işten atıldı, 14 gazeteci ise kızağa çekilmiş durumda. Ayşenur Arslan ise Yurt gazetesindeki yazısında hükümet çevrelerinin Can Dündar’ın ve diğer sakıncıların Milliyet’ten atılmasını istediklerini yazdı.” (29.07. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Baskı ve değişen iletişim ortamları ile gazeteciliğin meslek sorunları ve tanımları yine okur temsilcilerinin önemsedikleri konulardan olmuşlardır:

*“ Gazeteci bazen televizyonda, bazen gazetede, bazen bir dergide, bazen internette görev yapar. İktidarın öngördüğü tanımlamayı reddeden gazeteciler ya da internet haber siteleri bu düzenleme karşısında Basın Kanunu ve Basın İş Kanunu kapsamında sayılmayacaklar.”(14.07.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin gazeteci dayanışmasını göstermeleri ve bunu yaparken de sadece kendi gazete çalışanlarıyla değil tüm gazete çalışanlarıyla ilişkili yazılar yazmaları aslında okur temsilciliği köşelerinin gazetecileri birleştirci bir tarafının olduğunu ortaya çıkarmıştır:

*“Milliyet’in başarılı foto muhabiri Bünyamin Aygün, 26 Kasım’da haber amacıyla gittiği Suriye’de muhalif gruplar tarafından kaçırıldı. Aygün’ün Suriye’de rejim ve Özgür Suriye Ordusu karşısı radikal bir grubun elinde olduğu bildirildi. ( 23.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin de kendi aralarında bir hiyerarşik düzene sahip olduğu yine kendi köşelerinde yazdıkları yazılardan anlaşılmaktadır. Bu köşe yazılarında kendi alanlarında öncü gördükleri ve daha önceden bu görevi yapmaya başlayan gazeteciler yeni okur temsilcilerine yol gösterici yazılarıyla bir kıstas oluşturmaya çalışmaktadırlar:

*“Hem yeni yasanın uygulayıcılarına hem de okurlarımıza katkıda bulunması amacıyla Faruk Bildirici’nin hazırladığı kılavuz kısaca şöyle: Gazetecilik görevleri: Gerçeğe uygun, gazetecilik etik ilkeleri çerçevesinde yazılmış, maddi hata barındırmayan, hakaret içermeyen ya da kimsenin mağduriyetine yol açmayan haber, yazı ve görsel unsurların değiştirilmesi ya da yayından kaldırılması talepleri kabul edilmez... (16.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Gazeteci arkadaşlarının başına gelen trajediyi unutturmamak için köşelerine taşıyan ve bu tür olayların gazetecilerin mesleklerini yaparken nasıl zor şartlarda çalıştıklarına bir örnek olduğunu savunan okur temsilcileri hem kendileri için hem de gazetecilik mesleği için bir birliktelik yaratmaya çalışmaktadırlar:

*“Tek bir fotoğraf karesine, koca bir haberi sığdırmak için koşuşturan Sabah gazetesi foto muhabiri Erkan Koyuncu’ nun demir bir kapıda ezilerek hayatını kaybetmesi bir iş kazası mıdır? Yoksa haberle gazetecinin arasına çekilen 3.5 metrelik bir duvar ve beş ton ağırlığında çelik bir kapıyla gazeteciliği itibarsızlaştıran bir uygulamanın sonuçları mıdır? (11.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

#### **4.3.1.4. Haber ve İmla**

Haberin tanımının yapılması ve değerlendirmesi hem haberin değeri hem de okurun haberi okurken hangi tutum ve davranış değişikliğine gireceğini düşünerek hareket etme güdüsünü beraberinde getirmektedir. Haberin açık ve anlaşılır olması gerekliliği aslında günümüz medyasında sıkça rastlanan bu anlam karmaşasının da bir çözümü niteliğindedir:

*“Bir haber kendi içinde yığınla soruyu da beraber de getiriyorsa aslında o haber değildir.(10.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Haberin nasıl yapılması gerektiğinin yarattığı sorun alanı aynı şekilde muhabirin de bu haberi yaparken hangi kriterlerden yola çıkması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Muhabirin haber yazarken neye gereksinim hissettiği ve bu gereksinimi hangi yollardan edinmesi gerektiği yine okur temsilcileri tarafından eleştirilen ve tartışılan konulardan olmaktadır:

*“Bir muhabir iki şeye ihtiyaç duyar: Birincisi haberin niteliği, ikincisi habere konu olan kişi ya da kurumların niteliği... Magazin basınında ise durum biraz daha farklıdır. Haber niteliğinden çok, kişiye, önce ‘şöhrete’ ulaşmak ölçü olabiliyor. (18.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazetelerin sıkça rastladıkları ve karşılaştıkları tekzip haberleri yine okur temsilcileri tarafından kendi köşelerinde eleştirdikleri konulardandır. Tekzip metinlerinin içeriği gibi hangi şartlarda yayınlanması gerekliliğinin sıkça tartışıldığı okur temsilcisi köşelerinde genellikle okur temsilcilerinin kendi gazeteleri özelinde ortak bir dil ve düşünce ile birleşerek bu durumun ne zamanlarda gerekli olacağına dair görüşlerini savunmaktadırlar:

*“Tekzip metinlerinde genellikle itiraz edilen haberlerin ‘Basın Kanuna basın meslek ilkelerine aykırı’ olarak yorumlanması da üzüntü vericidir. Basın Kanunu’na aykırı olan nedir? Bir otoritenin, ya da bu haberimizde olduğu gibi eski kulüp başkanının söylemini, ithamını, iddiasını, görüşünü yayımlamak mı aykırılıktır? Basın meslek ilkeleri aksini söylüyor. Üstelik bir haberi bütün taraflara eşit mesafede durarak sansürsüz yayımlamanın okurun güveni açısından basını daha da güçlü kıldığına örnekleriyle doludur. (26.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Tekzip metinler ve bunlara cevap verme görevi genellikle gazetecilerin okur temsilcileri tarafından yapılmaktadır. Yapılan tekzipin konusu ve haberin muhatabının cevabı okur temsilcilerinin köşelerinde yer alarak bir arabuluculuk yapılmaya çalışılmaktadır.

*“Milliyet söz konusu habere yer verince bakanlığın listesinde yer alan Gülpa Yangın Söndürme Cihazları Sanayi ve Ticaret Ltd. Şirketi’nin avukatı tekzip metni gönderdi. Gerekçesi: Bu cihazların üretimi müvekkil firma tarafından yapılmamaktadır. Üretim yapan bir firma gibi lanse edip, 2011 yılında alınan karar nedeniyle, müvekkil hakkında güncel bir karar varmış gibi haberinizde yer almasına neden olmuştur” diyor. 28.04.2014 Milliyet Gazetesi”*

Haberde kullanılan kelime ve cümlelerin öneminden bahseden okur temsilcileri kişisel anlamda etkileyiciliği bulunan haberlerin nasıl yazılması gerektiğini ve hataların düzeltilmesine ilişkin olarak tekzip metinlerinin nasıl olması gerektiğinden bahsettikleri yazılarından bir örnek aşağıdaki gibidir.

*“Herhangi bir kişinin onur, şeref veya haysiyetine dokunan, kamuoyu önünde onu küçük düşürebilecek veya kendisine karşı husumet doğuracak “gerçeğe aykırı” bir yayın yaparsanız, o kişinin söz konusu haberi tekzip etme hakkı vardır. 28.04.2014 Milliyet Gazetesi”*

Gazetelere gönderilen düzeltme isteklerinin çokça olmasından kaynaklanan karmaşa okur temsilcilerinin tekzip ve düzeltme metinlerinin hangi şartlar altında ve hangi düzey çerçevesinde olması gerektiğini hatırlatmalarına sebep vermektedir.

*“Tekzip bir düzeltme ve cevap yazısıdır. Dolayısıyla tekzip edenin de hakaret, iftira gibi ifadelere yer vermeksizin işin doğrusunun ne olduğunu açıklama yükümlülüğü vardır. Yani gazetelere gönderilen düzeltme ve cevap hakkının; gerekçeli, inandırıcı ve ikna edici olması gerekir. (28.04.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bir haber özelinden giderek haberdeki bilgilerin eksikliğinden kaynaklanan eksik anlam ve yanlış anlamaların nasıl olduğundan bahseden okur temsilcileri bu durumun yarattığı kaosu ve nasıl çözülebileceğine dair önerilerde bulunmaktadır.

*“Söz konusu haberde ne Rosa Luxemburg ve Clara Zetkin’in ne de Leyla Qasım’ın kim olduklarına dair tek bir hatırlatma ifadesi bile yer almamakta. Haber öyle kurgulanmış ki; bir dönem tarihe mal olmuş Zetkin ve Lüksemburg ve Qasım’ın kim olduklarını savcı gibi bilmeyenlerin haberdeki ironiyi de anlamalarının imkânı yok. Haberde en azından bir iki cümleyle bu kadınların kimliklerine vurgu yapılabilirdi. (03.02.2014 Milliyet Gazetesi)*

Haberin tarihsel sürecinin yeterli verilmemesinden kaynaklanan sorunlar yine okur temsilcileri tarafından gündeme getirilmekte ve haber yapan kişilerin bu durumun farkına vararak okura daha anlamlı ve bütünsel bir birliği olan haberler yapmaları gerekliliğini savunulmaktadır:

*“Söz konusu kısaltmaları yaparken ‘zamanla yarış’ haliyle haberin bazen bütünü görmeyi engelliyor. Bu da ciddi maddi hatalara, haberin yanlış yorumlanmasına neden olabiliyor. Dolayısıyla editörlerin hassasiyet gerektiren bu tür haberler de haberi yapan muhabirlerle de konuşması yerinde olur.( 03.02.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazetenin iç sayfalarında yer alan bir fıkranın yarattığı etki de yine okur temsilcileri köşelerinde yer almış ve geniş bir okur kesimin tepkisine neden olmuştur. Çok küçük ve kısa olarak yapılmış bir haberin toplumsal anlamda yarattığı etkinin boyutunu anlayabilmek için bu fıkranın yarattığı etki örnek verilebilir.

*“16 Şubat’ta yayımlanan “Kayserilinin ilginç buluşu” başlıklı yazısında da Kayserililerle ilgili fıkralara yer vermişti. “Yüzük” başlığını taşıyan kısa fıkrada, yolda bir yüzük bulan Kayserili bir çocuk ile yüzüğü ondan almaya*

*çalışan bir Yahudi'nin sohbeti anlatılıyordu. Fıkırada Yahudi'nin indirgendiği durum, Musevi cemaatini üzdü. Türk Musevi Cemaati Başkanı İshak İbrahimzadeh ile Müşaviri Adil Anjel, Prof. Dr. Kızılot'a bir mektup göndererek fıkra ile ilgili rahatsızlıklarını dile getirdiler: (09.03. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Haber atlatma ve haberde geç kalma eleştirilerine karşı kendi gazetelerini korumaya çalışan okur temsilcileri bunun gibi okur tarafından geç kalındıkları düşünülen haberlerin aslında başka nedenlerden kaynaklandığını ispat etmeye çalışmaktadır. Bu ispat etme çabası aslında bir şekilde de gazetelerini aklama çalışmasıdır:

*“Türkiye’de yaygın medyanın suçlanan kişilerle ilgili tutumu konusunda bir örnek olay aktaracağım bu hafta. Ve bu örnekten de göreceksiniz ki, suçlamaları yayımlamakta son derece hızlı ve de heyecanlı davranan medya, aynı refleksi aklanma haberlerine göstermiyor. Adalet duygusu eksikliği var bu konuda. (9.02.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Yine haberde kaynağın doğru gösterilmesinin önemi gibi haberi yapan kişinin adının da doğru yer alması haberin en önemli unsurlarından biridir. Günümüz medyasında internet gazeteciliğinin ortaya çıkmasıyla birlikte Gazeteciler emeklerinin karşılığını alamadıkları gibi kolay habercilik ile masa başından yazdıkları metinlerle haber hırsızlığı yapan kişilere karşı birlik olmaktadırlar. Okur temsilcileri de haberde doğru kaynak belirtmenin önemini yazılarında yer vermektedirler.

*“Başbakanlık Özel Kalem Müdür Yardımcısı Yusuf Yerkele’i iki polis yere yatırdığı madenciye tekme atarken görüntüleyen karenin İzmir 9 Eylül Gazetesi foto muhabiri M.Emin Al’ın çektiğini yazdım. Tekmeleme fotoğrafının öyküsünü yakından izleyen Sebati Karakurt gibi usta foto muhabirleri hemen iki farklı açıdan çekilmiş iki fotoğrafı yan yana koyarak, “Bu fotoğrafın sahibi belli”, “Bu fotoğrafın sahibi belli değil” diye yazdı. (26.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Bir haber metninin yazımında hangi yöntem ve etik değerlerin olması gerektiği yine okur temsilcilerinin gündemi takip ederken kriter olarak benimsediği konulardan birini oluşturmaktadır. Okur temsilcileri hem kendi gazetelerinde hem de ulaşabildiği

bütün gazetelerdeki haberleri bu kriterlere göre taramakta ve hatalı bulduklarını köşelerinde afişe etmektedirler:

*“Sadece bu kodlama yönteminde, mağdurların kimliği dışındaki somut belge ve bilgilerin yer almasının zorunlu olduğunu hatırlatmak isterim. 5NİK kuralının diğer unsurlarını da görünmez kılmamak gerek. Aksi halde haber, tamamen hayali bir senaryo gibi görünebilir, haberin gerçekliği konusunda okurun zihninde şüphe uyanabilir. Nitekim Hürriyet’in 10 Haziran’da yayımlanan “Porno kâbusu” haberinde bu bilgiler unutulmamış, mahkemenin adı, videonun yayınlandığı ülke, kadının çalıştığı alan ve ifadesi gibi bilgiler ayrıntılı olarak verilmişti. Bu açıdan başarılı bir örnekti doğrusu... (16.06. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Haberde etik değerler ve bu değerlerin korunması ve uygulanma şekli yine okur temsilcileri tarafından eleştirilen ve sürekli tartışılan konuların başında gelmektedir. Okur temsilcileri haberin kaynağının güvenilirliği ve haber kaynağı olan kişi veya kurumların haberi yapan kişiye olan güveninin önemini vurgulayarak bu konuyu köşelerine taşımaktadırlar:

*“Haber kaynaklarıyla sürekli temas etmesi gerekir gazetecilerin. Zira temas olmazsa haber olmaz. Ama bu temas sırasında da haber kaynağıyla belirli bir mesafeyi korumak zorunludur. Mesafeye dikkat edilmez kaynaktan çok uzaklaşırsa da haber yapılamaz, çok yaklaşırsa da... (24.04. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Haber değeri ve etik, aynı zamanda medyanın tutumu ve yaklaşımıyla doğru orantıda olmakla birlikte bir sorun alanı oluşturmaktadır. Her haberin iki veya daha çok tarafı olduğu ve bu tarafların eşit şekilde konu geçen haberde yer almaları gerekliliği çoğu kez günümüz medyasında atlanmakta ve gerçekleşmemektedir. Okur temsilcileri de bu bağlamda eleştirilerde bulunarak gündem konularını analiz etmeye çalışmaktadırlar.

Haberin etkisinin anlaşılabilceği alanlardan bir diğeri olan tekzip ve düzeltme yazıları genellikle habere konu olan kişiler ve kurumlarla gazete arasında olmakta ama temelinde haberi yapan kişi ile bağlantılandırılmaktadır. Tekzip çeken kuruma bir cevap verilecekse eğer bu cevabı veren kişi genellikle okur temsilcileridir:

*“Türkiye’de hukuki sürecin noktalanması zaman alıyor; “tekzip” kararı çıktığında itiraz ettikleri haber çoktan hafızalardan silinip gitmiş oluyor. Ayrıca hukukçuların yazdıkları “tekzip” metinleri, yanlış haberi düzeltmekten geçtim; kimi zaman karmakarışık ifadelerle dolu olduğu için anlaşılabilir bile. İnsanlar zamanlarını, paralarını ve enerjilerini boşuna harcamış oluyorlar. (02.12. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Günümüz medyasında sıkça yer alan şiddet içerikli öğeler okur temsilcilerinin köşelerinde okurların bu tür haberlerden etkilenip etkilenmediği sorunu ile tartışılmakta olup bu durumun yansıması olarak, gazeteler bu tür haberlerin yayınlanmasına ilişkin etik kurallar koymaya başlamışlardır:

*“UZUN yıllardır Hürriyet’te ceset fotoğrafı ya da kanlı, dehşet etkisi yaratan fotoğraflar yayımlanmıyor. Doğan Grubu’nun 2012’de yenilenen Yayın İlkeleri’ne “Cesetleri yakın plan gösteren, kan ve şiddet unsurları içeren fotoğraf ve görüntüler kullanılamaz” maddesi eklenerek, bu uygulama perçinlendi. (05.01.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Yine haberde etik ve kişilerin haklarının saklı kalması konusunda haftalık taramalar yaparak hatalı haber metinlerini düzeltmeye çalışan okur temsilcileri bu tür haberlerin çeşitli türlerini gündeme getirerek kendisine ve içinde bulunduğu medya grubuna uygun bir düzenleme yapılmasını amaçlamaktadır. Bu tür köşe yazılarına örnek Hürriyet okur temsilcisinin yazısı verilebilir:

*“ Polis ve yargı haberlerinde isimlerin kodlanmasında standart bir uygulama olmadığını daha önce birkaç kez yazmıştım. Hatta kodlanmış haberlerin rahat okunabilmesi için de Amerikan medyasında olduğu gibi kadınlar için Jane Doe ve erkekler için de John Doe benzeri takma isim türetmeyi önermiştim. Zira isim kodlamalarında yerleşik bir standardın olmayışı kimi zaman haberleri isim kodlarıyla kaplı bulmacalara çeviriyor, kimi zaman da mağdurların kimlik bilgileri deşifre ediliyor. (16.06. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Bir haber metninin yaratılma aşaması yine okur temsilcilerinin konuları arasında yer almaktadır. Okur temsilcileri sadece okurdan gelen konular üzerinde değil aynı zamanda muhabirlere yönelik olarak eleştirilerde bulunmakta ve haber etik ve değeri üzerine saptamalar yapmaktadır.



*“Karşımıza onlarca, hatta yüzlerce sayfa çıkar. Bu sayfalara girip bakarız. Önemlice bir kısmında aradığımız cevabın değil, sadece sorduğumuz sorunun bulunduğunu görürüz. Karşımıza çıkan sayfalar şeytani bir güdüyle, merakımızı sömürmek üzere üretilmiştir. Sahte başlık, spot, metin ve etiketler yazılmıştır ki biz girip o sitenin tıklanma sayısını yükseltelim.(22 .09.2014 Sabah Gazetesi)*

Habercilik anlayışı yine okur temsilcilerinin sık sık köşelerinde yer verdikleri konulardan olmaktadır. Yalan veya günümüz medyasında çokça rastlanan şişirme haber, yer doldurmak için yapılan haberlerin hem medyaya hem de gazetecilik anlayışına leke sürdüğünü düşünen okur temsilcileri bu konu üzerine çeşitli başlıklarla yazılar yazmışlardır:

*“Maalesef 21. yüzyıl Türkiye’inde bile medya hâlâ bu tür dayanaksız ucube haberler açlığı içinde. Kanıtı da İHA’nın 25 Kasım’da geçtiği “Esrarengiz Yaratık” haberinin Hürriyet internet sitesi dahil olmak üzere birçok gazete, televizyon ve internet sitesinde yayımlanması. Neymiş efendim, Balıkesir’de iki genç kırdan dolaşırken bir hayvan iskeleti bulmuş, dinazor iskeletine benziyormuş! Haberin sonunda da “yetkililer” göreve çağırılmış. Öyle ya, gazetecinin görevi araştırmak değil! İşin kolayı sormak, nerede bu devlet? (02.12. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Haberde etik ve değerler okur temsilcileri tarafından sürekli olarak eleştirilen ve yazılarında sık sık değindikleri konularındandır. Okur temsilcileri bu konuları genellikle medyada yandaşlık, hak haberciliği ve haber yaparken uyulması gereken kriterler bağlamında oluşturmakta ve değerlendirmektedir:

*“Bir gazetecinin sunuş şekli, soru sorma tarzı davalara ya da soruşturmaların rengine göre değişmez. ‘Taraftar habercilik’ anlayışımızı sorgulamadığımız ve bununla yüzleşmediğimiz sürece “medya etiği” her defasında karşımıza çıkacak. (23.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Habercilik etiğinin bir diğer başlığı olan telif ve yazar sorunu da okur temsilcileri köşelerinde yer almakta ve okur temsilcileri tarafından örneklendirilerek işlenmektedir:

*“Sevgilisinin üzerine benzin dökerek yaktığı Çilem Hülya Berkil adlı genç kadınla ilgili haberde, kadının Facebook’taki sayfasında son olarak Can DüNDAR’ın, “Bir kadın hayattır aslında” başlıklı yazısını paylaştığı yazılmıştı. Ama Can DüNDAR, bu yazının kendisine ait olmadığını aynı gün duyurdu Twitter’den. Başkalarının yazılarının kendisinin imzasıyla sanal ortamda dolaşması DüNDAR’ın canını sıkan bir konu. (01.09. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Toplumsal düzeyde etki eden olayları örneğin intihar, çocuk istismarı, kadın cinayetleri, vb. habere çevirerek gazetelerde yer almasını sağlayan muhabirler, habercilik etiği ve kavramlarını dikkate alarak bu konuları belirli kriterlere göre vermelidirler. Sabah okur temsilcisinin bu konuyla ilgili olarak köşesinde yazdığı yazı aşağıda yer almaktadır.

*“Sabah gazetesinin bu konudaki politikası "özendirmemek, büyütmemek, teşhir etmemek" yönünde... İlk sayfadan verilen ve içeride de ayrıntılı bir biçimde işlenen bu haberde sözünü ettiğimiz ilke önemsenmemiş görünüyor. (09.08.2014 Sabah Gazetesi)*

Haberde kullanılan kelimelerin doğru ve yerinde kullanımı okur temsilcilerinin yazdıkları yazılara da konu olmuş ve çeşitli örneklerle yer almıştır.

*“İstanbul trafiğinin 'felç' olması. Felç kelimesini bilerek seçtim; çünkü gazetecilerimizin dilinde farklı bir anlam ve abartılı bir kullanım alanı kazanmış durumda... Her boşluğu dolduruyor sağ olsun. Yoğun, durgun, karışık; felç olup olup duruyoruz. (09.08. 2014 Sabah Gazetesi)*

Günümüz medyasında sıkça tartışılan kadın ve bayan kelimelerinin kullanım şekli yine okur temsilcileri tarafından da sayfalarında konu olarak yer almaktadır. Hem kendi gözlemlerine dayanarak takip ettikleri haber analizlerinden hem de okurlardan gelen şikayetler üzerine bu tür haberleri inceleyen okur temsilcileri gerek muhabirin bilinçlenmesi için gerekse okurun tatmin olması için çeşitli hatırlatmalar yapmaktadırlar.

*“Porno kâbusunda çifte takipsizlik” haberindeki yenilikten söz etmiştim geçen hafta. Polisiye haberlerdeki isim kodlamalarının yarattığı bulmaca sorununu aşmak için mağdur kadının adı, “Bayan X” yazılmıştı haberde. Milliyet*

*gazetesinden Damla Yur, yöntemi desteklemekle birlikte “kadın” yerine “bayan” denilmesine itiraz etti: (23.06. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Haberde kullanılan kelime ve cümlelerin öneminden bahseden okur temsilcileri yine bu durum üzerine köşelerinde bir yazı yazarak toplumsal anlamda etkileyciliği bulunan durumların haber halinde nasıl verilmesi gerektiğinden bahsetmektedir:

*“Nefret söylemi belli bir etnik, dinsel, ekonomik vb. grubu küçük düşüren, hedef gösteren, grupla alay eden veya gruba küfreden ifadeler içerir ve kelimeleri nerede nasıl kullandığınızın önemi de burada ortaya çıkar. (28.04.2014 Milliyet Gazetesi)*

Günümüz Türk medyasının haber anlayışı ve haberi yaparken dayandığı nedenler okurların gözünde hem kendi değerlerini ve inanılır olma durumlarını düşürmekte hem de belirli kişi, grup ve oluşumlar için bir tehdit haline gelmektedir.

Okur temsilcileri köşelerinde bu durum hakkında çeşitli yazılar yazarak medyanın içinde bulunduğu bu durumu analiz etmeye çalışmışlardır.

*“Agos gazetesinin Genel Yayın Yönetmeni Hrant Dink’in nasıl öldürüldüğünü hatırlayalım. Türkiye medyası Dink cinayeti davasının yıllarca takipçisi oldu ama aynı medya Dink öldürülmeden önce “Türklüğe hakaret etti” diyerek onu hedef haline getirmede mi? Dink’in sözlerini çarpıtarak nasıl bir davaya dönüştürdüğünü nefreti nasıl derinleştirdiğini unuttu mu? (11.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Haberin oluşmasından yayınlanmasına kadar geçen süre ile okurla buluşma sürecinde çok etkili olan faktörlerden biri medyada haberin nasıl sunulduğudur. Bir haberin önemli veya önemsiz olduğuna haberi yayınlayan medya kuruluşu karar vermektedir. Bu karar aşamasında medya grubu yine kendi fikir ve etik değerlerini kullanarak kendi çıkar ilişkilerindeki fayda sağlama oranıyla ilişkilendirilmektedir. Okur temsilcileri bu durumu köşelerinde şu şekilde tartışmaktadır:

*“Dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan acıları görmemek, yok saymak evrensel değerler üzerinden yol alan medyanın ‘etik’ açıdan en çok sorgulandığı alanı oluşturuyor. Yani haberi nasıl gördüğünüzden çok, niçin görmediğiniz önem kazanıyor.( 09.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Haberin kendi iç dinamiği okur temsilcileri köşelerinde konu olan diğer bir sorundur. Haber yapılırken gözetilmesi gerekli olan etik değer ve kuralların çeşitli baskı ve gazete sahiplerinin baskısıyla nasıl dağıtıldığı Okur temsilcileri tarafından işlenmektedir.

*“Medya; haber, nesnel, doğru, gerçek haber demektir. Öyle anlaşılıyor ki, haberi 5N1K’den arındıran, haberi tek taraflı yazan, eleştirilene söz hakkı tanımayan anlayış şimdi onu toptan kovmanın yollarını arıyor. Haber yoksa eleştiri de yoktur. Haberin olmadığı bir medya en fazla muktedirleri, iktidar sahiplerini, eleştiriye en fazla hak edenleri sevindirir. (25.11.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Habercilik ve haber anlayışının hem muhabir, hem de okur açısından nasıl algılandığı ve değerlendirildiği yine okur temsilcileri tarafından sıkça analiz edilmeye çalışılan konuların başında gelmektedir. Neyin haber olduğu, haberin ne zaman son bulacağı gibi sorular hem muhabir ve haberci için hem de okur için önemli bir değerlendirme kriteridir:

*“Güneydoğu turuna motosikletleriyle çıkan Abdullah Türk ve Engin Öksüz’ün Şanlıurfa’nın Halfeti ilçesinde, metruk bir evde cesetlerinin bulunması ve katil zanlısı olarak gözaltına alınan Hasan Y’nin suçunu itiraf etmesi bir muhabirin artık haberin peşini bırakması demek midir? (25.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin haberde takibe ne kadar önem verdikleri yine kendi yazılarından anlaşılabilen bir diğer konudur. Haftada bir gün yazı yazan okur temsilcileri geçen hafta yazdıkları yazının devamı niteliğinde cevap, sonuç veya açıklamalarla yazılarını şekillendirmektedirler.

*“Okur Temsilcisi olarak yeri geldikçe Hürriyet’in geçmişteki haberlerini ele almış; haberlerin akıbetini takip edeceğimi duyurmuştum. İçişleri Bakanı Muammer Güler’in Hürriyet’in Cilvegözü’nde bombalı saldırı düzenleyenlerin “17 özel harekât polisinin Lazkiye’de yapılan operasyonu ile yakalandığı” haberini yalanlamasıyla ilgili gelişmeleri takip edeceğimi de vurgulamıştım. (18.11.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Toplumsal ölçekte meydana gelen olayların başlangıcından sonuca ulaşılmasına kadar yaşanan süreçteki bilgi ve enformasyon eksikliği yine okur temsilcileri tarafından eleştirilmekte ve köşelerinde gündemden düşen ama çok önemli olan olaylarının takibini yaparak takipçi bir gazetecilik prensibiyle yazılar yazmaktadırlar. Buna örnek olarak Soma'da yaşanan facianın konu alındığı yazı verilebilir.

*“Peki; Soma’da yüzlerce madencinin hayatını kaybetmesinden sonra kimlere kaç dava açıldığını biliyor musunuz? Hazırlanan bilirkişi raporlarında müfettişlerin kimler tarafından nasıl yanıtıldığını? Araştırma komisyonunda yaşanan tartışmaları ya da iyileştirici yasal düzenlemeleri... Medya bu konuda ne yapıyor? Konunun ne kadar takipçisi olabiliyor? (30.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcisinin haberde takipçiliği seri yazılar yazmasına neden olmuş ve ardı sıra haftalarda aynı konunun işlenmesine sebep olmaktadır. Okur temsilcilerinin bir gazeteci arkadaşlarını kaybettikleri bu dönemde haftalarca takipçi haber yaparak, konuyu gündemde tutmaya çalıştıkları yazılarında gözlemlenmektedir.

*“Erkan Koyuncu’yu kaybedişimizin ikinci haftası... Ailesi, arkadaşları, okurlarımız ve kamu vicdanı tatmin olana kadar... Gelişmeleri takip edeceğiz. (08.11.2014 Sabah Gazetesi)*

Haftalık yazılar yazan okur temsilcileri takip yazılarını okurlara birbirini takip eden haftalarda aynı konuyu işleyerek vermekte ve bir haberin veya sorunun işleyişini ve nasıl bir süreç içinde olduğunu gözler önüne sermeye çalışmaktadırlar:

*“Geçtiğimiz hafta objektife araştırmacı gazetecilik projesi kapsamında “Birine Ötekinin Hakkını Sormak” başlıklı bir dizi yazımızı okurlarımızla paylaştık. Bir hafta süren diziye ilişkin iki küçük düzeltme yapmak istiyorum. Dizide görüşlerine yer verdiğimiz Yusuf Beğtaş, Süryani Mardin Metropolit’inin şimdiki değil, eski genel sekreteridir. (03.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin köşelerine taşıdıkları diğer bir konu olan şiddet haberlerinin hem okur hem de habercilik anlayışıyla nasıl bir karmaşa içinde kaldığını ortaya koyan okur temsilcisi görüşleri aşağıda yer almaktadır. Habercinin görevi gerçeği

tüm çıplaklığıyla vermek ve bunu toplumu yaralamayacak şekilde tasarlamaktır. Ama bu tasarım çoğu zaman çok önemli toplumsal olayların meşrulaşarak sıradanlaşmasına sebebiyet vermektedir:

*“Okurlarımızın tepkisi gazetede yer alan fotoğraflara... Kumsalda top oynarken bombayla parçalanmış bir çocuk cesedinin fotoğrafına... Ölesiye korkan, yaralanan, delik deşik olan bebek ve çocukların fotoğraflarının kullanılmasına... (21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Çocuk odaklı haberlerin sunumunda haber anlayışının nasıl olması gerektiği ve bu haberlerin hangi etik kriterlere göre değerlendirileceği yine okur temsilcileri tarafından köşelerinde yer verilen konulardandır. Hem çocuk kavramının medya tarafından nasıl algılandığı ve hem de bu algının hem çocuk hem de topluma nasıl bir etki ettiği okur temsilcileri tarafından konu ve toplumsal bir problem olarak köşelerinde yer almaktadır:

*“Medya olarak ne yapmalıyız? İletişim uzmanları bu soruyu çocuk odaklı haberlerin sunumunun ‘uzmanlık alanı’ gerektirdiğini hatırlatarak yanıtlıyorlar. Çocuk odaklı haberlerin sunumuna dikkat etmediğimizde ‘Ahlaki Panik’ aşırısına kaçan düşünceleri ve eylemleri de beraberinde getirebilir. Ailelerin ya da çocukların kendilerini sürekli tehdit altında hissetmelerine de yol açabilir. (05.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadınlara yönelik şiddet ve ayrımcılık haberlerinin eleştirisinin köşelerinde sık sık yer aldığı görülen okur temsilcilerinin, bu tür haberlere hem içerik ve yazım hem de etik açıdan yaklaşarak analiz ve eleştiride bulunmaya çalışmaktadırlar.

*“KADIN CEO’yu da 875 bin lira dolandırmışlar”. Haberin başlığı bu. Halbuki bu ülkede birçok insan bu tür telefon dalavereleriyle dolandırılıyor. Muhtemelen çoğu da erkektir o mağdurların. Fakat haberlerin başlıklarında “Erkek CEO dolandırıldı” yaklaşımını göremiyoruz. (01.19.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri medyada yer alan şiddet haberlerinde yer alan kişilerin sunumunu sık sık eleştirmekte ve bunu yaparken de nasıl daha etik ve doğru habercilik yapılır? Sorusuna köşelerinde yanıt aramaktadırlar:

*“Bir olayda cinsel istismar ya da tecavüz söz konusu ise sadece medyaya açısından değil evrensel hukuk açısından da iki şey önem kazanır: Birincisi; mağdur olanın beyanı esas alınır. İkincisi; bu suçu işlediği iddia edilen kişinin ya da kişilerin yargı kararı kesinleşinceye kadar lekelenmeme hakkına sahip olduğu bilinir. (04.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadın haberlerinde büyük bir yer tutan kadın şiddeti ve cinayetleri okur temsilcilerinin çok önem verdikleri gündem konularından biri olarak hem toplumsal duyarlılık yaratmak hem de olumlu bir yönde algı yaratabilmek için sıklıkla yazılar yazan okur temsilcileri bu konuyla ilgili olarak toplumu aydınlatmayı amaçlamaktadırlar;

*“TÜRKİYE Gazeteciler Sendikası Kadın Komisyonu, kadına yönelik şiddet haberlerinde “cinnnet getirme” tanımının kullanılmasına tepki gösterdi. Komisyon’un “açık mektup ”unda, gazetecilere “Erkek şiddetini, kadın cinayetlerini meşrulaştırmaktan vazgeçmeleri” çağrısında bulunuldu: “Arapça bir sözcük olan ‘cinnnet ’in Türkçedeki karşılığı delilik. (23.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri şiddet gören kadınların medyada nasıl yer aldığı ve haberlerde kadının sunumunun hangi yönleriyle verildiğini inceleyerek köşelerine taşımaktadırlar. Erkek egemen bir toplumda kadınların yaşadıkları sıkıntıları ve sorunları inceleyerek gündem yaratmaya çalışan okur temsilcileri kadınlara uygulanan şiddet, tecavüz ve haksızlıklara köşelerinde yer vermektedirler.

*“...Ancak şiddeti, tacizi, tecavüzü meşrulaştıran, yargı kararlarını tartışmalı hale getiren bizim gibi ülkelerde, mağdur olduğunu iddia eden kadınların, erkek egemen kültürün yarattığı algıyla daha da mağdur hale getirildiği bilinen bir gerçek. (04.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadın konulu haberlere hem toplumsal olarak gerekli önemin verilmesi gayesi hem de sadece kadınların kendi sorunlarına değil diğer toplumsal kimliklerin de bu sorunları bir yaşam problemi haline getirerek şikayetlerinde yer vermeleri okur temsilcilerinin köşelerinde örnek okur mektupları olarak tartışılmaya çalışılmaktadır. Bu mektuplara örnek olarak;

*“Bülent Çelik adlı erkek okurdan tepki geldiğinde e-gazetenin gece yayına konulduğu ilk saatlerdi. “Bu gazeteye kadınlardan (haklı olarak) çok tepki gelmiştir” diyordu mailinde...Merakla açıp baktım 3 Mayıs Cumartesi günü gazeteyle birlikte verilen “Bahar Temizliği” ekine. Dört sayfalık gazetede bir tek erkek fotoğrafı yoktu! Bunun karşılığında tam 17 kadın fotoğrafı kullanılmıştı tümünde de kadınlar evi süpürüyor, bulaşık yıkıyor, cam siliyor, temizlik yapıyordu. Ev temizliği salt kadın işi olarak sunulmakla kalmıyor, ilk sayfanın altına konulan bir notla, kadınlar temizlik yapmanın “faydası” (!) konusunda ikna edilmeye çalışılıyordu:“Yaptığınız aktivitelere bağlı olarak ev temizliği yaparken saatte 300 kalori yakabilir ve temizlik yaparak da güzel bir vücuda sahip olabilirsiniz.” (12.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin köşelerinde kadın konulu haberlerin medyada nasıl yer aldığına yönelik yapılan haber eleştirilerinde çoğu zaman kadının sunumu ve haberde nasıl değerlendirildiği incelenmekte ve bunun beraberinde örnek olay ve gündem haberleri ile ilişkilendirilerek bir durum analizi yapılmaya çalışılmaktadır.

*“Okur Temsilcisi olarak yanıt aradığım ilk soru, “Dekolte krizi haber mi” sorusuydu. Evet, yanıtı vermekte tereddüt etmedim; bağımsız hiçbir gazeteci de etmez. Bir kadın sunucunun “iktidar partisi sözcüsünün dekoltesine*



*müdahalesinin ardından işten çıkarılması” haberdir. (14.10.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetelerde kadın haberleriyle ilgili olarak yayınlanan yazılarda hem haberi yapan muhabir hem de köşe yazarları etik değerlerin bu tür haberler yapılırken çok önemli olduğuna dikkat çekmektedirler:

*“Kadın odaklı haberleriyle dikkati çeken muhabirimiz Damla Yur’un bu konuya yaklaşımını son derece önemli buluyorum. Yur’a göre; istismar haberlerinde mağdura tekrar tekrar o anların anlatılması onu yaralar. Çoğu kez kullanılan dil nedeniyle haber seksüel magazinsel bir boyut kazanır. Dolayısıyla olayı şikâyet dilekçeleri ve ifadeler üzerinden yazmayı meslek etiği açısından önemli buluyor. (04.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadın konulu olayların muhabirler tarafından gazete haberi haline getirilmesi sırasında kadın kavramının öteki konumuna oturtularak yapıldığı görüşü yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer bulan eleştirilerden olmuştur. Kadın konulu haberlerde verilen başarı öykülerinde bile haberin içeriğinde kadını zayıf kılan ve ikinci planda gösterildiğini düşünen okur temsilcileri bu tarz yapılmış haber örneklerini köşelerine taşıyarak incelemişlerdir:

*“Hürriyet’in 16 Aralık’taki “Umut yolcuları bakan çıkardı” manşet haberi, “Almanya’ya göçün başlamasından 52 yıl sonra bir Türk kadınının bakanlık koltuğuna oturduğunu”, Aydan Özoğuz’un “Göç ve Uyumdan Sorumlu Devlet Bakanı” olduğunu müjdeliyordu. Haberi yaparken kullanılan dil hem kadından bakan olmasının çok enteresan olduğunu vurgularken aynı zamanda çok rastlanmayan bir şey olduğu görüşüyle devam etmiştir. (23.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin şiddet haberlerinin sunumuyla ilgili olarak verdikleri cevaplar aynı zamanda birer tavsiye niteliğinde olmaktadır. Okur temsilcileri kendi görüşlerine ve gazetecilik anlayışlarına göre haberlere ve şikâyetlere yaklaşmakta aynı zamanda bu şikâyetleri bir çözüm yoluna kavuşturmayı amaçlamaktadır. Yine Milliyet okur temsilcisinin medyada etik değerler ve şiddet görüntüleriyle ilgili yorumları ve önerileri aşağıdaki yazısında örneklenmektedir:

*“Bir savaşı görmeyerek, bir darbeyi yok sayarak, kamuoyunun doğru bilgi edinme hakkının önüne geçemezsiniz ama şiddet içeren olaylarda kan ve insan bedeni parçaları gibi görüntülere yer verip vermemek medyadaki etik sorununa ilişkindir. Bu da medyanın kendi öz denetimiyle sağlanabilir. En azından buzlandırma yapılarak verilebilirdi.(21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bir başka okur temsilcisinin köşesindeyse bu durum şu şekilde açıklanmakta ve analiz edilmektedir.

*“Dolayısıyla uzak tutmak, nefreti ve öfkeyi körikleyecek tepkilerin oluşmasına engel olmak için bu tür fotoğrafları kullanırken dikkatli olmak zorundayız..(21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadınların toplumdaki yerleri ve çalışma hayatındaki önemlerini yine bir sorun alanı olarak gören okur temsilcileri köşelerinde bu tür haberlere yer vererek konunun uzmanlarının saptamalarıyla güçlendirdikleri yazılar yazmışlardır.

*“Ders kitaplarını inceleyen sosyolog Doç. Dr. Firdevs Gümüšoğlu, Cumhuriyet’in ilk yıllarında ders kitaplarında çizilen “kahvaltı masasında evin eşit bireyi olarak oturan anne” figürünün zaman içinde “sürekli turşu-reçel kuran hizmetkâr anneye dönüştüğünü” saptamıştı. Zamanla biraz düzelme olsa da ders kitaplarında kadın hâlâ bilgiyle, üretmekle ilgisi olmayan, ev işleri ve yemek yapmakla ömür tüketen, uysal bir figür. (12.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Toplumsal ayrımcılık ve bunun medyadaki yansıması yine okur temsilcilerinin sık sık köşelerinde tartıştıkları konulardan olmaktadır. Bu tür toplumsal olayların karşısında nasıl durulacağı ve bir ilerleme olup olmadığı yine okur temsilcileri tarafından takip edilerek köşelerinde yazılmaktadır.

*“Hepimiz biliyoruz ki; şiddete maruz kalan, öldürülen, cinsel tercihleri yüzünden aşağılanan, ayrımcılığa, istismara uğrayan kadınları, çocukları, eşcinselleri koruyan, kollayan yasalarımız yok, hiç olmadı! (09.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadınların medyadaki sunum üzerine yapılan tartışmaların bir diğer konusu da spor alanında olmaktadır. Kadınların futbol gibi daha erkeksi spor dallarında kendilerine

bir yer edinip edinmedikleri yine okur temsilcilerinin konularından biridir. Yine okur temsilcilerinin bu konuyla ilgili olarak yazdıkları yazılar aşağıda yer almaktadır.

*“Yayımlanmadan önce görüşünü almak üzere yazıyı ilettiğim Hürriyet Spor Servisi Müdürü Mehmet Arslan, “Spor medyasında bayan yerine kadını ilk kez biz kullandık” dedi. “Seyircisiz maç” konusundaki itirazları da haklı bulmuştu: “Kadınlar ve çocuklar oradayken seyircisiz diye yazmamız yanlış. Bundan sonra Hürriyet’te seyircisiz maç diye yazmayacağız. Hemen başlıyoruz bu kararımızı uygulamaya.” Doğrusu bu kadar hızlı bir sonuç beklemiyordum. Umarım diğer gazetelere ve tabii asıl Federasyon’a da örnek olur. (08.12. 2013Hürriyet Gazetesi)*

Kadın hakları üzerine yaşanan gelişmeler ve hak kazanımları yine okur temsilcileri tarafından takip edilerek köşelerinde duyurulmaktadır.

*“Hükümet özellikle kadın ve çocuklara yönelik cinsel suçlara ‘ağır cezalar’ getirmek amacıyla yasal düzenlemelere gideceğini söyleyince haliyle söz konusu yargı paketinin takipçisi de önce kadınlar oldu... (09.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadının Türk medyasındaki yeri gerek haber gerekse mizanpaj olarak incelenmekte ve çeşitli alanlarda yapılan araştırmalarla ortaya konmaya çalışılmıştır. Okur temsilcileri köşelerinde kadın fotoğraflarının basında yer alma biçimini inceleyerek çeşitli analizlerde bulunmuşlardır.

*“Türkiye basın tarihi, bir de kadın fotoğraflarının kullanımı açısından incelenip yazılsa... Eminim çok renkli olmakla kalmaz, çok da öğretici olurdu. (03.11.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Yine kadın haklarına ve mağduriyetine karşı duyarlılık yaratmak için yazılar yazan okur temsilcileri bu konu alanında oluşan yeni oluşumları ve platformları köşelerine taşıyarak toplumsal düzeyde hem bilinçlendirme hem de bir farkındalık yaratmayı amaçlamaktadırlar:

*“Şiddete Son Kadın Platformu çatısı altında bir araya gelen 242 kadın örgütü TCK’da yapılması düşünülen değişikliklere karşı kamuoyunu uyarmak, özellikle de Türkiye basınına cinsel suçlarla etkin mücadele ve*

*“kadın cinayetlerine son” vermek için birlik olmaya çağırıyor. (09.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri medyanın sürekli olarak ele aldığı konuların toplum üzerindeki etkilerini gözlemleyerek bu konular üzerine kendi köşelerinde yazılar yazmaktadırlar. Bu yazıların en önemli özelliği bir gazete üzerinden değil genel bir problem üzerinden bir çıkarım yapılarak tüm medya paydaşlarının eleştirilerine dair olmasıdır:

*“Dolayısıyla çocuklara yönelik, çoğu ölümlle sonuçlanan şiddet olaylarında son yıllardaki artış haliyle toplumda “Ahlaki (Moral) Panik yaratıyor. Yani tehdit olarak görülen, sapkın davranış sergileyen bireylere ya da bir gruba karşı toplumsal tepki, bu da toplumsal endişe ve histerinin oluşmasına neden olmakta. (05.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadının medyadaki yeri sadece gündem olaylarıyla değil imla ve yazım hataları ile de incelenmeye çalışılmaktadır. Okurların kadın haberlerine olan yaklaşımları ve eleştirileri aslında gazetenin kadına bakışını anlayabilmek için çok etkili bir araştırma yöntemidir.

*“Sadece kadın fotoğraflarının bulunduğu ilk sayfada alt başlıktaki, ‘Hayatlarının değiştiği an’ ifadesi de yine kadın cinselliği üzerinde yarattığı baskı ve toplumsal algıyı yeniden üretme haliyle kimseyi özgürleştirmiyor. ‘Namus’ adı altında meşrulaştırılmaya çalışılan kadın cinayetlerinin zeminine katkı sağlıyor. (31.03.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Haber ve kadın konusunda günümüz medyasında yaşanan sorunlar hem haber hem de gazetecilik mesleği açısından bir döngü içinde olduğundan gazetelerde yer alan kadın konulu haberler hep aynı sorun ve şekilde sunulmaktadır. Bu döngüyü kırmaya çalışan okur temsilcileri bu ve benzeri toplumsal sorunlara köşelerinde yer vererek algılarda farklılık yaratmayı amaçlamaktadırlar:

*“Kadın odaklı habercilikte eşitlikçi yaklaşım; kadınların yaşadığı mağduriyete gerekçe üretmeden, doğal bir insanlık durumu olarak yansıtmayı gerektirir. Ancak kadınlara yönelik şiddetin boyutu cinayetle de sonuçlansa*

*sonuç hiç öyle olmuyor. İşte bütün özensizliğiyle yine sayfalarda yerini bulan iki kadın haberi...”( 31.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadınların gözünden bu durumun nasıl algılandığı ise okur temsilcilerinin okur mektuplarından kesitler alarak yazdıkları yazılardan aktarılmaya çalışılmaktadır.

*“Bursalı’yı mutlu etmiş. Türkiye’deki iki kadın gazete genel yayın yönetmeninden biri olan Bursalı, mail göndererek duygularını aktardı: “Yeni Asır’da, kadın ve çocukların gittiği maçlara ‘seyircisiz maç’ ifadesini kullanmama uygulamasını dört yıl önce başlatmıştım. ...Dil, pek çok önyargının en kuvvetli vurgusu ve devamını sağlar. Bu yüzden, önce haberin dilinde bu önyargı ve vurguları kaldırmalıyız ki zihniyet değişsin. Bugüne kadar ısrarla kullanılan ‘seyircisiz maç’ ifadesi, kadın ve çocukların dolaylı olarak ‘hiçleştirilmesidir. Bu ‘hiçleştirmeye dur diyen herkese ve her kuruma, bir kadın olarak teşekkür ederim. 16.12.2013” Hürriyet Gazetesi”*

Medyada kadın haberlerine ve sunumuna ilişkin yaşanan sorunları uzmanların ve bu konu üzerine çalışmalar yapan örgütlerin görüşlerine köşesinde yer vererek toplumsal bir algı yaratmaya çalışan okur temsilcileri bu konuyla ilgili referanslar kullanarak kendi görüşlerini belirtmektedirler.

*“TGS Kadın Komisyonu’ndan meslektaşımız Sevgim Denizaltı gönderdiği açıklamada şöyle diyor: “Her ne sebep olursa olsun bir insanın öldürülmesini gerekçelendirmek, öldürmeye ‘sebeb’ üreten cümleyi başlığa çıkarmak cinayeti meşrulaştırmak demektir... Oysa habercilerin görevi ahlak yargıçlığına-bekçiliğine soyunmak, kimseyi yargılamak, kamuoyu nezdinde mahkûm etmek olmamalıdır.” (06.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Kadın konulu haberlerin medyada sunumuna ilişkin sorunları köşelerine taşıyan okur temsilcileri haberlerde kadına şiddet ve diğer sorunların nasıl verildiğini inceleyerek analizde bulunmaktadır.

*“Kadın komisyonu haklı... Kadınlar, sadece uğradıkları şiddeti teşhir eden medyanın sorunlu haberlerine konu olmuyor, aynı zamanda kadınların şiddetini de meşrulaştıracak gerekçeler ürettiyor. Bu aynı zamanda bir cinayeti olağan hale getirmektir. (06.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine seyircisiz ma ve kadınların hem sporda hem toplum nezdinde yok sayılmasıyla ilgili bir diğer yazı da aşağıdaki gibidir.

*“... Beşiktaş’ın T. Konyaspor ile karşılaşması, bazı gazete ve televizyonların diliyle ‘seyircisiz’ oynandı. Oysa ma kadın ve ocuk taraftarlara açıktı. Kadınlar duyarsız tanımlamaya da sessiz kalmadılar ve tepkilerini ‘Bu ma seyircisiz ise biz neyiz’ pankartı aarak gösterdiler.” Kadın taraftarların bu konudaki rahatsızlığını bilen Beşiktaş da matan önceki duyuruda “Seyircisiz” dememeyi yeğlemişti. Bunun zerine Hürriyet’in “Aile içi şiddete son” kampanyası ekibi, “Beşiktaş’ı ilk kez kadın ve çocukların izleyeceği maa ‘seyircisiz’ demediği için kutlarınız” tweet’iyle destek Gazetecilik mesleği ve bu mesleği yaparken içinde bulunulan sahiplik yapısının okur temsilcileri tarafından nasıl algılandığı, patron-işçi ilişkisi çerçevesinde sık sık okur temsilcileri tarafından irdelenmiş ve bu durumun nedenlerini çeşitli durumlara bağlamışlardır; Gazetecilik bir patron-işçi ilişkisi olarak tanımlanamaz. Gazeteci bir patronun kurduğu bir gazetede, bir TV kanalında bir sözleşmeyle çalışıyor olsa da ayrı bir ilişkinin bağımlısıdır. Bu ilişkinin bir tarafında gazeteci öteki tarafında halk yer alır. Gazetecinin halkla imzaladığı sözleşmede haberde gerçek, yorumda özgürlük yazar. Bu ilişkide gazetecinin creti gazetecilik ilkelerine sahip çıktığı için kazandığı onurdur. (08.07.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Yine medya iktidar ilişkisini eleştiren bir diğer yazısında ise okur temsilcileri bu tür yakın ilişkilerin hem gazeteciye hem de politikacılara ama en çok da okura zarar verdiğinden yakınmaktadır.

*“Kıyaslamak ne kadar doğru bilemiyorum; ama benim en sakıncalı bulduğum gazetecilerin politikacılara gereğinden fazla yaklaşmasıdır. Politikacı gazeteci yakınlaşmasının yanında diğerlerinin masum kaldığına inanırım. Zira gazeteci politikacı yakınlaşmasının sonuçları, bir kişiye ya da bir olaya özgü sonuçlar doğurmaz. Etki alanı daha geniş olur. (24.04. 2014 Milliyet Gazetesi)*

Yapılan incelemelerin ve taramaların genellikle kendi gazeteleri lehine sonuçlanmasını sağlayan okur temsilcileri gerek gazeteci-patron ilişkisinden gerekse

ideolojik düşünce yapılarından dolayı bu tür durumlarda çoğunlukla kendi gazetelerini haklı göstererek aslında okur temsilcisinin görevi olan tarafsız “Okur Ombudsmanlığı”nı bir nevi gazetelerin halkla İlişkiler sözcülüğüne dönüştürmüşler.

*“SABAH gazetesi dün “Darbe medyasından karartma günleri” manşetiyle çıktı. Savcı Zekeriya Öz’ün beleş Dubai tatili haberlerini görmezden gelmek ile suçlanan medya kuruluşları arasında Hürriyet’in de adı veriliyordu. Ancak bu iddia tamimiyle hayal ürünü ve Hürriyet gazetesinin haber yayın politikasına sürülmek istenilen bir çamurdur.(12.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Farklı gazetelerin yayın politikaları ve habere olan yaklaşımı yine okur temsilcilerinin köşelerinde yazdıkları yazılarda konu olan alanlardandır. Okur temsilcilerinin, farklı gazete kuruluşlarının yayın yaparkenki tutum ve davranışlarını analiz etme durumu temelinde kendi gazetelerini idealleştirme olarak ortaya çıkmaktadır.

*“Sabah’ın iktidara değen kimi haberleri görmezden gelmesi yeni değil. Hatırlarsınız, Okur Temsilcisi Yavuz Baydar’ın işten çıkarılmadan önce Sabah’a yönelttiği son eleştirisi “Gezi Parkı olaylarında haber değeri” görülmemesiydi. Baydar bugün o köşede yazabilseydi, “... Işığı sönen habercilik” başlığını tekrarlaması gerekecekti. (14.10. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin çalıştıkları gazetelerde meydana gelen hadise ve iç düzenlemeler de yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer almaktadır. Bu konuyla ilgili olarak genellikle okur temsilcilerinin köşelerinde, işten çıkarılan gazeteciler, bu hafta yazısı yayınlanmayan köşe yazarları, istifa eden yazarlar yer almakta ve nedeni açıklanmaktadır.

*“Bekir Coşkun geçen hafta gazetemizden ayrıldı. İstifasını da okurlarına Facebook aracılığıyla duyurdu. Okurlarımız “Cumhuriyet neden bir açıklama yapmadı?” diye soruyorlar. Söz konusu istifa olduğu için, açıklama hakkı da değerli yazarımıza aitti. Yazarımızın gazetemizden ayrılmaması için yönetimin elinden geleni yaptığını tanıyıyım. Ama istifa kişisel bir tercihtir. Geçen üç yıl içinde yazılarıyla ilgili herhangi bir sorun yaşanmamıştır. Bekir*

*Coşkun nerede yazarsa yazsın bizim yazarımız olmayı sürdürecektir. (03.03.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Medya, gazete, gazeteci, patron, okur birbirlerine bağlı bir ilişki içinde bulunmaktadır. Bu ilişki yumağı bir halkanın düzelmeden diğerinin düzelmesine engel olmaktadır. Yanlı yazılar yazan gazeteler bu birbirine bağlı düzenin en önemli sorunudur:

*“Yandaşlığın insanı yüceltmediği artık örnekleriyle ortadadır. İktidarlara alışverişle gazetecilik olmuyor. Onlara ne kadar yaranmak istesiniz de onları mutlu edemiyor ve bu arada girdiğiniz medya dünyasını da zehirliyorsunuz. Sonra o zehirli ortamdan kendinizi çekip çıkarsanız bile üstünüze sinen koku artık dağılmıyor, yazılar çiziler itiraflar sizi kurtarmaya yetmiyor.” (10.04.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Basın denetleme sisteminin devlet eliyle değil kendi özdenetim sistemlerine bırakılmasını savunan okur temsilcileri bu tür olay ve haberlerde bir baskı yaşandığında hem basının hem de kamuoyunun yanlış ve eksik bilgi nedeniyle yanlış yönlendirileceğini savunmaktadırlar. Bu konuyla ilgili olarak okur temsilcileri köşelerinde aşağıdaki gibi bahsetmişlerdir:

*“Kaldı ki; vatandaşlarımızın akıbeti konusunda kamuoyunu bilgilendirmek siyasal iktidarın olduğu kadar, gazetecilerin de görevidir. Kamuoyunu sadece terör örgütünden gelen veya sosyal medyada manipüle edilmiş haberlere mahkûm edilemez. Musul’da rehinelere hayatının tehlikeye atılmaması, sorumlu habercilik anlayışının zaten bir gereğidir. Buna yasak getirmek ise kamuoyunun haber alma hakkının ihlal edilmesi demektir. (23.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde yaptıkları uyarılarda basın özgürlüğünün medyaya yansımaları konusunda belirli gündem haberleri üzerinden diğer gazete ve yazarları eleştirmektedirler:

*“İstanbul 10. Asliye Ceza Mahkemesi’nin kararındaki şu cümleler kamu yararı ilkesini kuşkuyla karşılayan kimi meslektaşlarımız için de umuyoruz ki uyarıcı olmuştur. Kararda şöyle denildi: “Zaman gazetesinin yaptığı iş, bir*



*şekilde internete düşen, bu şekilde de kamuoyunun bilgisine ulaşan iddiaların okura duyurulmasından ibaret olup, olayın güncel olması, toplumsal ilginin varlığı ve basın kurumunun medyaya yansımış olayları aktarmaktan ibaret eylemi gözetildiğinde söz konusu olayla çatışan değerler bakımından basın özgürlüğüne üstünlük tanınması gerektiği kararı verilmiştir.” (24.03.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Medyadaki bu tekelleşme ve tek tipleşme neticesinde gazete çalışanları işlerini kaybetmemek için ya bu düzene uyum sağlamış ya da başkaldırarak işlerinden oldukları bir düzende çalışma zorunluluğu içine girmişler. Türk medyasındaki bu yandaş düzen okur temsilcilerinin köşelerine şu şekilde yansımaktadır.

*“Bu da Türkiye’de basın özgürlüğünün durumunu açık bir şekilde ortaya koyuyor. Daha ilginç ve belki de gülünç olanı ise Başbakan Erdoğan’ın “medyanın artık daha renkli hale geldiğini” öne sürmesi oldu. Evet, atılan, işinden olan gazetecilerle, el değiştirmeler ve satışlarla bir renk giderek güçleniyor medyada. O renk de AKP ambleminin sarı rengidir. “(29.07.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri hem bir medya kuruluşunda çalışıyor olmalarından hem de maaşlarını yine bu kurum tarafından alıyor olmalarından kaynaklı medyanın ve yazarların yaşadıkları bu baskıyı patronlarını suçlamadan okura anlatma çabasındadırlar:

*“Başbakan’ın beğenmediği köşe yazarlarını sert bir dille “eleştirdiğini!” “Batsın senin gazeteciliğin” gibi ağır sözlerle “tasfiye edin” işareti verdiğini, daha önce de “Parasını sen vermiyor musun, neden çalıştırıyorsun bu adamları?” anlamında sözler söylediğini biliyorduk. Olup bitenlerin sorumluluğunu Başbakan’ın üzerinden alıp medya patronlarına yükleme, onların tasfiye kararlarını “işleri nedeniyle duydukları ‘haklı’ korkuya” bağlama çabasının piyasada epeyce prim yaptığını biliyoruz. Tamam, kuşkusuz durumdan vazife çıkaran, “emredersiniz efendimci” patronların sorumluluğunu bir yana bırakalım demiyoruz ama biz şöyle ya da böyle, dolaylı ya da dolaysız emredenin sorumluluğunu unutmaya yanlısı değiliz....” (26.08. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gazete sahiplerinin kendi çıkarlarına göre taraf tutarak bir yana kayması gibi aynı şekilde gazetecilerin de o dönemin tutulan ve çıkar sağlayabilecek gazete ve taraflara yönelmeleri yine okur temsilcilerinin köşelerinde eleştirilmektedir. Medya içindeki bu tür gazetecilik anlayışına sahip kişi ve kişiler hem medyayı hem de gazetecilik mesleğini tartışmalı ve güvenilmez bir hale büründürerek, okurları kendilerine güvenemez hale getirmektedir.

*“Dün Ergenekon gibi davalara tam destek veren, külliye inkâr eden ya da ‘büyük fotoğrafa bakalım’ diyen gazeteciler bugün yolsuzluk ve rüşvetle ilgili soruşturma ve operasyon haberciliği konusunda birbirleriyle yer değiştiriyor. Haliyle her biri bumerang etkisi yapıyor. (23.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri medyanın içinde bulunduğu bu hiyerarşik baskı düzenini anlatırken aslında medya güçlerini ve hakimiyet dağılımını da bununla beraber gündemi kimlerin oluşturduğu ve bu yarattıkları gündemde kimin ne kadar etkili olduğunu da ortaya çıkarmaya çalışan yazılar yazmışlardır:

*“...medyayı “düzene sokanlar” hiyerarşisinde siyasi iktidar en üst sırada yer alıyor. Sonra onunla sıkı fıkı ilişkiler içinde olan ya da ilişkinin olumsuz sonuçlarından korkan medya patronları geliyor. Peki sonra kim var? Sonra patron emrindeki gazete yöneticileri, “bu devir cep devri, hizmet devri” diyen şefler, kişisel hırsı gazeteciliğe saygısını kat kat aşanlar geliyor. Yine de medyanın bu günkü halinden kendimizi sorumlu tutmadan bu ölümcül hastalığı tam olarak ortaya çıkartamayız. Siyasi iktidar, gazete patronları, şefler tamam, ama “ne yapalım, medyanın durumu bu, direnmek kolay mı” deyip katlanan, gününün gelmesini bekleyen, itiraz etmeyi aklından geçirmeyen, biraz çaresiz, biraz cesaretsiz olanları da sorumlular arasına yazmak durumundayız.” (22.07.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gazetelerin yanlı olduğunu düşündükleri medya gruplarından olmadıklarını ispatlamaya çalışmaları yine okura yönelik yazılan belirli yazılar ve örneklendirmeler üzerinden yapılmaya çalışılmaktadır. Okur temsilcileri de kendi köşelerinde bu örneklere ve açıklamalara yer vermişlerdir.

*“Bu gelişmeye dayanarak, Gezi eylemlerinin Hürriyet Dünyası için bir dönüm noktası olduğunu söyleyebilirim. O günden itibaren gazetenin klasik*

*okur tabanının gazetenin çizgisiyle ilgili itirazları neredeyse son buldu. Aynı okur iletişimi, 17 Aralık'ta başlayan "Büyük Rüşvet operasyonu" ve sonrasındaki gelişmelerle ilgili haberler konusunda da sürdü. 30.12.2013Hürriyet Gazetesi"*

Okur temsilcileri yanlı olduğunu düşündükleri medyayı tartışırken aynı zamanda kendi gazeteleriyle kıyas yoluna giderek onları ötekileştirmektedir. Bu ötekileştirme bir yandan kendi gazetelerini tarafsız gösterme çabasıyla bir yandan da diğer gazeteleri rekabet ortamında bertaraf etme çabasıyla yapılmaktadır.

*"Rüşvet operasyonu iktidar için olduğu kadar medya bakımından da dönüm noktası oldu. Medyada saflar yeniden belirlendi; yakın zamana değin koşulsuz, sorgusuz siyasi iktidarın her yaptığını, her söylediğini destekleyen, hatta alkışlayan medya ikiye bölündü. O medya kuruluşlarının bir bölümü rüşvet operasyonu ile ilgili olarak iktidarın medya lojistiğini sağlıyor; yolsuzluk ve rüşvet iddialarına hiç mi hiç değinmeden operasyonun arkasındaki cemaate saldırıyor; suçlamalara komplo teorileri üzerinden yanıt verme çabasını sürdürüyor. (23.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetelerin içinde buldukları medya grubunda yapılan yeni haber ve etkinlikler yine okur temsilcileri köşelerinde yer almaktadır. Gazetenin üstü kapalı bir şekilde reklamının yapıldığı bu köşelerde okur temsilcilerinin kendi gazeteleriyle ilgili yazdıkları övücü yazılara da rastlanmaktadır.

*"Okurla iletişimdeki düzelmelerin göstergelerinden biri de, "Hürriyet Benim" kampanyasının gördüğü ilgiydi. Web sitelerindeki algının yüzde 75'i olumluydu. Kampanya filmi, sadece sosyal medyada 2 milyonun üzerinde tekil kullanıcıya erişti. En önemlisi de bu şarkının parçası olmak isteyenler 14 bin video üretti. Kampanyanın ikinci bölümü ağırlıklı olarak, okurların özgürlük taleplerini içeren bu videolardan oluşacak. (30.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetecilik mesleği ve bu mesleği yaparken içinde bulunulan sahiplik yapısının okur temsilcileri tarafından nasıl algılandığı, patron-işçi ilişkisi çerçevesinde sık sık okur temsilcileri tarafından irdelenmiş ve bu durumun nedenlerini çeşitli faktörlere bağlamışlardır;

*“Gazetecilik bir patron-işçi ilişkisi olarak tanımlanamaz. Gazeteci bir patronun kurduğu bir gazetede, bir TV kanalında bir sözleşmeyle çalışıyor olsa da ayrı bir ilişkinin bağımlısıdır. Bu ilişkinin bir tarafında gazeteci öteki tarafında halk yer alır. Gazetecinin halkla imzaladığı sözleşmede haberde gerçek, yorumda özgürlük yazar. Bu ilişkide gazetecinin ücreti gazetecilik ilkelerine sahip çıktığı için kazandığı onurdur.”08.07.2013 Cumhuriyet Gazetesi*

Okur tarafından yapılan eleştiriler engellenemez boyuta ulaştığında medya grupları bu durumu kabullenmiş gibi yaparak sorunu çözdüklerini belirten yazılar yazarak kendilerini aklamaya çalışmaktadırlar. Okur temsilcileri bu tür durumlarda kendi gazetesinin menfaatine yönelik yazılar yazarak durumu kurtarmayı amaçlamaktadırlar.

*“Gazetenin yayın politikasına yönelik eleştiriler, yılın ilk aylarında hiç de az değildi. Gezi eylemleriyle birlikte çarpıcı bir değişim ortaya çıktı. Yayın politikası ve siyasi haberlerle ilgili eleştiriler trajik biçimde düşmekle kalmadı, eylemlerin sürdüğü günlerde Hürriyet Dünyası okurlarının gazeteleriyle iletişimi de zirveye çıktı. Mail, telefon, mesaj yağdı gazeteye. Küsen, kızan okurlar gazeteleriyle yeniden kucaklaşıyor, barışıyorlardı. Tabii Gezi eylemleri ve sonrasında gazetenin siyasi iktidara ilişkin haberlerini yeterli bulmayanlar, itiraz edenler olmuyor değil. Ama sayıca az olan bu eleştirileri yöneltenlerin önemli bölümü, Hürriyet okuru olmadıklarını vurguluyor. (30.12. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin haftalık yayınlanan köşelerinde her habere yer verememeleri çok olağan bir durumdur. Kendi önem sıralarına göre seçtikleri haber ve konuları köşelerine taşıyan okur temsilcileri bu konular üzerinden değerlendirmeler yaparlar. Konunun devamlı olması yine o konunun bir sonuca bağlanma sürecine bağlı olarak değişmektedir.

*“Sahurda içki bıçağında herkes serbest” başlıklı bu haber, aslında bir takip haberi idi. Soruşturmayla ilgili gelişmeler derlenmiş, saldırganlar ile mağdurların ifadelerine de yer verilmişti haberde. (28.7.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin konuları takip etmesi ve art arda haftalarda yine bu konular üzerine yorumlar yaparak konuları unutturmamaya çalışmaları da okur temsilcisi köşelerinin özelliklerindedir.

*“Geçen hafta ele aldığım konuyu bir başka açıdan daha tartışmak istiyorum. Biliyorsunuz, gazeteler ...” (07.07. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Köşelerinde yer verilen şikâyet ve haber eleştirilerinde şikâyet edilen haberin yazarı olan kişiler çoğu zaman okura açıklamada bulunarak okur temsilcilerine cevap mektupları yazmaktadırlar. Okur temsilcileri de bu cevap mektupları üzerinden bir açıklama yaparak okur ile haberi yapan kişi arasındaki ilişkiyi düzeltmeyi amaçlayan arabuluculuk görevini yürütmektedir.

*“Haber yaptığım dönemde birçok kez haberimdeki yanlışın önüne geçmek için kendimi Ombudsmana şikâyet etmiş biri olarak söylüyorum. Bir gazetenin ya da gazetecinin hatasını kabul etmesi o gazetenin ve gazetecinin büyüklüğünü gösterir. Gelen okur mektuplarından da biliyorum ki hatayı düzeltme yoluna giden gazeteye de gazeteciye de okuru büyük bir güven duyuyor. (12.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur şikâyetlerinin yansıra kurumlardan gelen düzeltme ve tekziplerin yayınlanma ve cevaplanma görevine de cevap vermeye çalışan okur temsilcileri köşelerinde hem haberi yapan hem de haberi yapılan kişilere eşit yazı hakkı vererek adil bir gazetecilik peşinde durmaktadır:

*“Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Basın ve Halkla İlişkiler Müşaviri Ebru Aydoğdu, 22 Temmuz 2014 tarihli Milliyet’te “TÜİK’ten Yayın Yasağı” başlığı altında yayımlanan haberin yanlış yorumlamaya neden olacak başlık ve ifadeler içerdiğini belirterek bir düzeltme yazısı gönderdi. Kurumun her ay yapılan enflasyon konusundaki canlı yayın hizmetinin inşaat çalışmaları nedeniyle sona erdirildiğini, ilgili istatistiklere internet sayfasından erişilebileceğini belirtiyor. (28.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi gazetelerinin haberlerini ve habercilerini diğer gazetelerden ayırmak için haberlerin özelinde tanımlamalar ve tanıtımlar yaparak bir artı değer sağlamaya çalışmaktadırlar. Yine bu stratejiyi kullanan okur temsilcilerinden

Milliyet okur temsilcisi bir savaş haberinin kendi gazetesinde nasıl verildiğinden övgüyle bahsetmektedir.

*“Savaşın en büyük mağduru çocuklar olunca Milliyet haklı olarak “Büyümez Gazze’de Çocuklar” manşetini attı. Saldırıların dokuzuncu gününde deniz kenarında top oynayan çocukların bile üzerine bomba yağdırılınca Milliyet , “Plajdaki oyuna gerçek bomba” başlığını atarak çocukları bir kez daha manşetine taşıdı. (21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerine göre basın alanındaki fikir ve anlam karmaşalarının yarattığı kargaşa ortamını aşabilmek için uzman görüşlerinin alınması ve bu görüşlerin medya da yer bulması gerekmektedir. Okur temsilcileri kendi köşelerinde de sık sık uzman görüşlerine yer vererek bu görüşlerini betimlemektedirler:

*“Basın hukukçuların sivil toplum örgütlerinin bu konuya ilişkin değerlendirmelerine yer vermeli. Aksi halde; eşcinsellere, kadınlara ve çocuklara yönelik cinayet, tecavüz, taciz olaylarında yargı kararlarını eleştirmeye devam edeceğiz.... (09.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin okur mektuplarına yer ayırdıkları kendi yazı alanlarında genellikle internet ve yazılı gazete haberlerinde ki imla ve yazım hatalarına ve haber yazım kurallarına göre yapılan eleştirilere yer verdikleri gözlemlenmektedir:

*“İstanbul’da otel olarak işletilen tarihi bir bina ile ilgili “100 yıllık restorasyon” başlıklı haber, hem Hürriyet internette, hem de basılı gazetede, ekonomi sayfalarında yayımlandı. Bir gazete okuru, “Bir haberde olması gereken 5N+1K’nın hangi unsurları eksik?” sorusunu yöneltti bana. Haberi yeniden okudum. Gerçekten eksik unsurlar var. Binanın İstanbul’da olduğu...(28.10.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Popüler kültür temelinde gazeteciler tarafından kullanılan dönemsel kelime ve terimler yine okur temsilcilerinin dikkatini çekmekte ve köşelerinde yeri geldikçe bu kelimeler üzerine açıklamalar yapmaktadırlar.

*“Son dönemde dilimize sinsice sızan bir kelime: Cihadist ya da cihatçı. İslami terör, İslamcı militanlar gibi tamlamalarla birlikte arz-ı endam ediyor.*

*Liberali, sosyalisti, muhafazakarı, akademisyeni, politikacısı bu kavramları sakız yapmış çiğniyor. En başta da gazeteciler.” (07.07.2014 Sabah Gazetesi)*

Gündemdeki olayların yarattığı akımlar ile birlikte ortaya çıkan yeni kavram ve kelimeler okur temsilcileri tarafından açıklanmaya çalışılmakta ve bu kelimelerin doğru anlaşılmasının gerekliliği savunulmaktadır.

*“Gizli kayıtların yayınlanması tartışmalarında sık gündeme gelen bir kavram var: “Kamu yararı.” Fakat gördüğüm kadarıyla gazeteciler ve akademisyenlerin üzerinde fikir birliğine vardığı bir tanıımı yok bu kavramın. (07.07.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde yer verdikleri konular hakkında yazı yazarken bazen de üslup olarak ironiyi tercih etmektedirler. Bu durum okur temsilcilerinin yazlarındaki mesajların hem doğru yere ulaşmasını hem de okurun ilgisini çekmesini sağlamaktadır.

*“Dersini alamayan medya için ise yapacak bir şey yoktur. Onlara iyi uykular, güzel rüyalar diliyoruz. (17.03. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde beğendikleri yazı, fıkra, anekdot ve güzel sözlere yer vererek hem okura, hem gazetecilere hem de rekabet halinde oldukları diğer gazetelere mesajlar gönderen yazılar yazmaktadırlar. Bunlara örnek olarak aşağıdaki yazılar verilebilir.

#### **“Gazetecilere aforizmalar”**

*“BULVAR gazetelerinde çalışan muhabirlere etik konusunda ders vermek, denizde geçen altı aydan sonra bir limana demirleyen denizcilere cinsel ilişkinin haram olduğunu savunmak kadar anlamsızdır.” (Ian Hargreaves) 5.01.2014*

*“EĞER bir başkana soru sorulamıyorsa, o başkanın bir kral veya diktatöre dönüşmesi işten bile değil. Gazetecilik de başkana gerçekten soru sorabilecek, hesap sorabilecek tek kurumdur. (Helen Thomas) 12.01.2014*

*“YANLIŞ yaptığımızı keşfettiğimizde, bunu açıkça söylemeye hazır olmalıyız. Gururumuzu bir kenara bırakıp, hata yaptığımızı itiraf etmek, dirayet ve bilgeliğe ulaşmada tek umudumuzdur. Başka bir deyişle, daha iyi bir dünya yaratabilme yolunda tek umudumuz. (George Monbiot) (20. 01,2014 Hürriyet Gazetesi)*

Cumhuriyet okur temsilcisi Öz bir kere daha “Dil Üzerine” adlı yazısında önce okur mektubuna yer vermiş daha sonra açıklamalarda bulunmuştur. Öz;

*“Okurumuz Tarık Konal’ın gazetenin dili üzerine eleştirilerini eksiksiz aktarıyorum.Kısa yanıtımı da ekledim. **Okur:**Saygın Güray Öz Beyefendi Cumhuriyet Gazetesinin Okur Temsilcisi. Bugün Okur Temsilcisi köşenizde yazdığınız kimi tümceleri içtenlikli bulmadım. Gazetenin duyutlarında (haber) yapılmış yanıtlara ilişkin olarak “yinelenmemek koşuluyla kabul edilebilir” demişsiniz. Peki, her uyarıya karşın, yıllardır her gün yinelenen yanıtlara ne demeli? “Her gün yinelenen yanıtlar” söz konusudur Saygın Öz! Türkçesi varken sözcüklerin, ....”*

*“**O.T:** Değerli Tarık Konal. Eleştirilerinizden yararlanıyorum. Ama tümünü kabul etmem olanaklı değil. 18 sayfayı gözden geçirerek bulduğunuz görece eski sözcüklerin bir kısmı yerine yenileri kullanılmalı. Bu konuda haklısınız. Ama önerdiğiniz kimi sözcüklerin Türkçenin özleşmesi için çaba gösteren aydınlar arasında kabul gördüğünü söyleyemem. Biliyorsunuz. Dilde öneriler öncelikle aydınlar ve daha sonra da geniş kesimlerin kullanımı ile yerleşebiliyor. Sizin önerileriniz arasında yer alan belgegeçer, dizek, yazaç, sesiletir bu türdendir. Gazeteler anlaşılır olmayı önde tutmalı, genel kabul görmüş ya da eskimemiş, hâlâ kullanımda olan sözcüklerden eğer anlaşılacak istiyorlarsa vazgeçmemelidirler. Ama sizin örneklediğiniz kimi eski sözcüklerde de ısrar etmeleri anlamsız olur. Siz yeterli bulmasanız da bu yönde çaba gösteriyorum. Selamlar, saygılar” (19.08.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde çok sıklıkla olmamakla birlikte trajikomik olaylar da meydana gelmekte ve okur temsilcileri de bu olaylara köşelerinde yer vermektedirler. Hem gazetenin hatasından kaynaklı hem de okurun yanlış anlamalarından kaynaklı



hadiseleri köşelerinde hem okurların ağzından hem de kendi saptamalarıyla yer veren okur temsilcileri bu vakaların bir daha tekrarlanmaması gerekliliğinden bahsetmektedirler.

*“Okur Temsilcisi olarak, bir okurun yayımlanan bir yazıya “Ben gazetenize böyle bir mektup göndermedim” diye itiraz etmesine ilk kez tanık oldum. O nedenle Eda Çiftçi’nin mailini şaşkınlıkla karşıladım: “2003 yılında Milliyet’te Anneler gününde çıkması için anneme yazdığım yazının 10 Mayıs 2014 tarihinde gazetenizin Güzin Abla köşesinde yayınlanmasının etik bir davranış olmadığı kanısındayım. Ben ya da ailemizden hiç kimse bu yazıyı Güzin Abla köşesinde yayınlanması için göndermedik. Ailemiz sıkıntılı bir dönemdeyken bu yazının yayınlanması hoş olmadı.”(19.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

#### **4.3.1.5 İnternet Gazeteciliği**

Okur temsilcileri yazdıkları yazılarda internet siteleri ile ilgili haberlere de yer vererek yazılı gazetede, internet gazetelerinin eleştirilerinin yapılmasına olanak tanımaktadırlar. Bu durum yazılı-internet gazetesi ilişkisini birbirine bağlı olduğunu göstermekle birlikte internet gazetesi okurunun, bir sorunla karşılaştığında yazılı gazeteye bildirdiğini ortaya koymaktadır.

*“Cumhuriyet gazetesinin WEB sitesi bildiğiniz gibi kısa bir süre önce yenilendi. Site yöneticileri başlangıçta birtakım sorunlar ortaya çıktıysa da bu sorunların giderildiğini ya da sonlandırılma aşamasında olduğunu bildirdiler. Bu arada gazete yönetimi gazeteye WEB sitesi üzerinden abone olan okurlarımızın aynı zamanda arşivden de yararlanabilmeleri amacıyla arşiv ile e-gazeteyi birleştirdi. Yapılan açıklama şöyle: ...(11.11. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

İnternet-yazılı gazete rekabetinin bir başka boyutu da internet yazılarının daha net ve verimli bir şekilde değerlendirilmeyip, kararlaştırılmamasıdır. Bu durum hem bir boşluk hem de kargaşa ortamı yaratmaktadır.

*“İnternet siteleriyle ilgili yasa tasarısı TBMM gündemindedir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin tasarıya ilişkin itirazları dikkate alınmadı; internet sitelerini ve sitelerde çalışan gazetecileri zor durumda bırakacak tasarı komisyonda onaylandı.” (14.07.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Yazılı basın ve internet gazeteciliğinin birlikte düşünülmesinin gerekliliğinden bahseden okur temsilcileri gazeteciliğin bir bütün olduğunu savunmaktadırlar. Okur temsilcilerine göre internet ve yazılı gazete arasında ki ilişki şu şekilde ortaya konmuştur.

*“Kısacası yazılı basın, kuşkusuz gazeteciliğin hakkını verenlerden söz ediyoruz, bir yandan siyasi baskılarla mücadele ederken öte yandan doğal ve kaçınılmaz gelişmelerle de bir şekilde hesaplaşmak ve bu hesaplaşmadan olumlu sonuçlar üretmek durumunda. Önümüzdeki dönemin yazılı basın için ilginç olacağı ortada. Gazeteler internet olanaklarını kendilerini güçlendirecek bir alan olarak değerlendirmenin, iç içe geçmenin nimetlerinden yararlanmanın yollarını aramalı ve bulmalıdırlar. Bu başarılmazsa nimetin külfete dönüşmesi ve gelişmelerin yazılı basın için olumsuz sonuçlanması kaçınılmaz olacaktır.” (16.06.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

İnternetin olanakları ve ulaşılabilirliğinin hızlılığı gazeteye göre daha avantajlı gözükse de okur temsilcileri etik değerler açısından bu avantajın ileride çok daha farklı sorunlar yaratabileceğini savunmaktadırlar. Okur temsilcileri internette yer alan haberlerin kaynak açısından çok sorunlu bir hal içinde olduğundan bahsederek şu görüşlerini yazıya dökmüşler.

*“Türkiye'deki internet gazeteleri şimdilik bağımsız çalışabilen, kendi muhabir ağlarını kurmuş, kendi haberlerini yapabilen gazeteler değildirler. Yalnızca internetin hızından yararlanarak gazetelerden aldıkları haber ve yorumlarla öne geçerek gazetecilik yapıyorlar. Bu konudaki ciddi çabaları yabana atmamalım ama gerçekten kendi ayakları üzerinde durdukları, reklam ve izlenme gelirleriyle çalışanların ücretlerini ödeyebildikleri, habere kaynak ayırabildikleri zaman gerçek bir rekabetten söz edebileceğiz ama henüz erkendir.” (30. 06.2014 Milliyet Gazetesi)*

İnternet gazetelerindeki telif sorunu yine okur temsilcileri tarafından önemsenen bir diğer konuyu oluşturmaktadır. Muhabir, gazeteci ve yazarların haklarını savunabilmek adına yazılar yazan okur temsilcileri internet gazetelerinin etik standartları üzerine yazılar kaleme almış ve görüşlerini belirtmişlerdir.

*“...o gazeteler bu durumdan zarar görmezler mi? Okurları o gazetenin haberlerini ve köşe yazarlarını herhangi bir ücret ödmeden okuyabiliyorlarsa o gazeteyi satın alırlar mı? Ne yazık ki bu durum yerleşmiş ve alışkanlık yaratmış gibi görünüyor. Çaresi internet sitelerinin etik değerleri hatırlaması, gazetelerden bağımsızlaşması ve kendi gelirleri ile kendi muhabir ağlarını kurmaları, kendi yazarlarını bulmalarıdır” (07.07.2014 Sabah Gazetesi)*

Basılı gazetelerin maddi ve ideolojik baskılar neticesinde kapanmaları okur temsilcileri tarafından da konu edilmekte ve bu durumun basının çok büyük bir darbe almasına neden olduğunu savunmaktadırlar. Hem gazetecilik mesleğinin hem de bir kitle iletişim aracı olarak gazetenin günümüz medyasındaki durumuna sık sık okur temsilcileri tarafından köşelerinde yer verilmektedir.

*“Bu soruya ne yazık ki “Evet, bazı gazeteler ölüyor” diye yanıt vermek zorundayız. Karşı ve Sol kapandı, Radikal ölmediğini, basılı gazete olarak çıkmaktan vazgeçtiğini, internet sitesi olarak yayınını sürdürdüğünü iddia etse de artık onu elimize alıp okuyamıyoruz. Bu da aslında eski ama bir türlü sonlanmayan tartışmayı yeniden gündeme getirdi. Yazılı basın ölüyor da onun yerini internet üzerinden yayın yapan “gazeteler” mi alıyor? “ (30.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

İnternet gazeteciliğinin klasik gazeteciliğe olan etkisinin tartışıldığı günümüz medyasında okur temsilcileri de bu konuya kayıtsız kalmayarak kendi görüşlerini çeşitli analiz ve örneklerle betimleyerek köşelerine taşımaktadırlar.

*“Bir yandan bilişim çağını yaşadığımızı, internetin gazeteciliği ne denli değiştirdiğini vurgulayıp duruyoruz, bir yandan da 50-60 yıl öncesinin teknikleriyle haber yazıyoruz. Türkçenin daha kıvrak kullanıldığı, takır tukur cümlelerden oluşmayan, öyküleme teknikleri ve analizler içeren haberler yazmanın zamanı geldi de geçiyor... (25.11. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

İnternet gazetelerinin okurları çekmek için uyguladıkları yöntemlerden bahsederek okuru bilinçlendirmeye çalışan okur temsilcileri bunu çeşitli tanımlamaları anlatarak yapmaktadır.

*“Bunun nedeni arama motorlarının kullandığı algoritma. Gazetelerin ve haber sitelerinin cin fikirli internet editörleri okurları kandırmak için arama algoritmalarını yanıltan yemler hazırlıyor. Önce, o günlerde ya da genelde insanlar hangi kelimeleri merak ediyor diye düşünüyorlar. Sonra o kelimelerden oluşan bir tuzak kuruyorlar. Kullanıcı tarlalarını gönüllerince ekip biçiyor, trafiği kendi sitelerine yönlendiriyorlar. Okuru manipüle ediyorlar. (22.09.2014 Milliyet Gazetesi)*

Masabaşı haberciliği internet gazeteciliğinin sıkça yaşadığı sorunların başında gelmektedir. Hızlı bir haber trafiğinin gerçekleştiği internet gazetelerinde bu trafiğe ayak uydurabilmek, geride kalmamak adına etik kaygıları azaldığı gözlemlenmektedir. Okur temsilcileri bu eksikliğı köşelerine taşıyarak şu anki durumun nasıl geliştiğini otaya koymaya çalışmaktadırlar:

*“Haberlerin internet üzerinden anında hızla yayıldığı bir çağdayız ve bu durum, özellikle magazin basını açısından habere ulaşmaktan çok, fotoğraf üzerinden haber ‘yaratma’ riskini de beraberinde getiriyor. (18.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

İnternet gazeteciliğinin hızlı ve çabuk haber ulaştırma özellikleriyle birlikte haberin kaynağının çok belli olmama durumu ve güvenilirliği okur temsilcileri tarafından sıkça tartışılan bir alan olmaktadır:

*“Sosyal medyanın informal atmosferi giderek “kaynak” bolluğunu daha tehlikeli bir mecraya dönüşüyor. Öyle ki; Çağlayan Adliyesi’nde gözaltı süresi dolmasına rağmen serbest bırakılmayan polislerin çember oluşturmak suretiyle oturma eylemi fotoğraflarına, Twitter’da bir kullanıcının photoshopla mablube eklemesi gibi. (04.08.2014 Hürriyet Gazetesi)*

İnternet gazetesine yönelik gelen eleştirilerin içeriği ve hangi konular üzerinde olduğu yine okur temsilcileri sayfalarına bakılarak analiz edilebilmektedir. Okur temsilcileri internet gazetelerinin yayın politikalarından, haber metinlerindeki

yanlışlarına kadar çok geniş bir alanda yazı yazmakta ve bu yazılarını gerekli yerlere iletmektedirler:

*“Ramazan geldiğinde okurlarımızın bazı haber ve fotoğraflar konusundaki hassasiyeti üst düzeylere çıkıyor. Okur Temsilcisi'ne çok sayıda "Ramazan ayında bu yapılır mı?" mesajı geliyor. Özellikle web sitesindeki fi tarihinden kalma galerilerin ana sayfaya taşınması ve magazin haberlerinin iç gıcıklayıcı fotoğraflarla sunulması çok tepki çekiyor. Şüphesiz okurların dini hassasiyetlerine saygı gösterilmeli ama bu konuda izlenmesi gereken yol evrensel haber değeri ve etiği ilkelerini Ramazan ayında da geçerli kılmaktan ibaret. (28.07.2014 Sabah Gazetesi)*

Sosyal medyanın basın alanına dahil olmasıyla baş gösteren problemlerden fotoğraf hırsızlığı ve kaynak göstermeden kullanım yine okur temsilcileri tarafından yazılarına konu olmuştur.

*“Facebook gazeteciler için tam bir maden. Fotoğrafa sıkışan gazeteciler, haberiyle ilgili kareleri oradan bulup kullanıyor. İzin almaya da gerek görülüyor; haberle uyumuna da bakılmıyor. Yaşamın başka bir anında, o haberle ilgisiz, tamamen başka bir bağlamda çekilen özel fotoğraflar, haberle ilgiliymiş gibi yayımlanıyor. (23.02. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Sanal medyanın yazılı medyaya dâhil olmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni sorun ve sorular okur temsilcileri tarafından da tartışılmakta ve bu sorunların bir çözüme ulaşması gerektiği savunulmaktadır. Her türlü alanda yeni sorunlar yaratan bu birbirine karışma durumu hem okurlardan gelen şikâyetler hem de medya çalışanlarının beklentileriyle şekillenerek okur temsilcilerinin köşelerin de yer almaktadır.

*“Bazı gazeteciler “sosyal medyaya konulan fotoğrafların alenileştiğini”, dolayısıyla izin alınmadan yayımlanmasında sakınca olmadığını savunuyor. Özellikle Avrupa gazeteciliğinde bu yaklaşım kesinlikle kabul edilmese de bizde Facebook, Twitter gibi mecralarla ilgili tartışma yeni başladığı için farklı görüşlerin dile getirilmesi doğal. Ama yanlış bir yaklaşım bu. Herkesin kendi fotoğrafı üzerinde kişilik hakları olduğunu unutmamak gerek.. (23.02. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

#### 4.3.1.6 Medya ve Gündem

Uluslararası Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) örgütü, 2014 Dünya Basın Özgürlüğü Sıralaması'nda Türkiye'yi, 180 ülke içerisinde 154. sırada göstererek aslında günümüz medyasının da içine bulunduğu durumu analiz etmektedir. Okur temsilcileri yine bu konu üzerinden hareketle çeşitli yazılar yazmış ve gazetecilerin uğradıkları haksızlık ve baskıyı göz önüne koymayı amaçlamıştır. (<http://...rsf.org.index2014.tr-index2014.php>, erişim tarihi: 1.07.2014)

*“Adana’da TIR’lar aranırken bir MİT görevlisinin, “Devlet sırrı fotoğraf çekemezler” diye bağırması üzerine jandarmanın gazetecileri gözaltına alıp, ellerindeki fotoğraf ve görüntülere el koyması gürültüye geldi; pek tartışılmadı. Gazeteciler orada adli bir soruşturmayı izliyorlardı; savcı soruşturma başlatmış, arama kararı uygulanıyordu. Medyanın bir adli soruşturmayı izlemesi de doğal göreviydi. Adli soruşturmayı izleyen gazeteciler engellenerek basın özgürlüğüne, dolayısıyla kamuoyunun bilgi edinme hakkına tecavüz edildi. (26.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin reyting ölçme aletleri haberlerdir. Gazetelerde yayınlanan haberlerde geçen kişilerin sayısına göre hem kendilerinin yaptıkları hem de araştırma şirketlerinin yaptıkları incelemeleri köşelerinde yayınlayan okur temsilcileri buna göre basının tarafsızlığından, medyatik olan kişilere göre pek çok saptamada bulunmaktadır. Yine bir okur temsilcisi seçim döneminde bir şirket tarafından yapılan bir araştırmayı bu mantık içinde değerlendirmekte ve sonuçları okurlarla paylaşmaktadır.

*“Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Ekmeleddin İhsanoğlu ve Selahattin Demirtaş 16 Haziran ile 3 Temmuz tarihleri arasında yapılan bir araştırma sonucuna göre; gazetelerde Başbakan Erdoğan ile ilgili 151 bin 965, İhsanoğlu ile ilgili 4 bin 389, Demirtaş için ise 476 haber yayımlandı. Benzer durum televizyonlarda da gözleniyor. Erdoğan 3 bin 277, İhsanoğlu 2 bin 273, Demirtaş ise 870 kez bir habere konu oluyor. (14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Araştırmayı yapan şirketin tarafsız olmadığını savunan okur temsilcisi bu duruma medyadaki düzensizliğin ve yandaşlığın neden olduğunu savunmaktadır. Hem tarafsız bilgi akışı hem de okurun gerçek verilere ulaşmasının gerekliliğini ortaya koymaya çalışan okur temsilcisi yazısının devamını şu şekilde betimlemiştir.

*“Başbakan’ın ya da diğer adayların Cumhurbaşkanlığı seçimleri nedeniyle propaganda ve tanıtım amaçlı haber olması ayrı, Başbakan olarak belli konularda habere konu olması ayrıdır. Dolayısıyla Araştırma şirketleri hangi kriterleri dikkate alarak bu araştırmayı yapmış bilmiyoruz... (14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Hem gazetecilerin hem de okurun içinde buldukları medya düzeni tarihsel takibe daha fazla imkan sunmakla birlikte okurun daha rahat fikir edinebilmesine olanak tanımaktadır. Okurlar gazetelerdeki haber ve köşe yazarlarını eleştirebilmekte bunun neticesinde güven duyma veya duymama tercihlerine sahip olabilmektedirler:

*“Artık nasıl bir medya olunamayacağı, nasıl gazeteci diye geçinilemeyeceği ortaya çıktı. Yarın bu günleri anarken, genç gazeteciler bizlere “Ağa sen o günlerde ne yapmıştın, o savaşta sen neredeydin?” diye sorma hakkını şimdiden kazandılar ve bu da medya açısından büyük bir kazançtır. Yeter ki boyun eğenler, yandaşlığa soyunanlar, kılık değiştirip kahraman pozuna giremesinler.” (10.04. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Birbirine bağlı medya aygıtlarının ideolojik nedenlerle yapılan haberleri peşi sıra vermeleri Türk medyasını karmaşık ve tektip düşüncelere sahip bir yapıya sokarak, kirletmektedir. Cumhuriyet okur temsilcisi köşesinde bu durumla ilgili olarak şunu söylemektedir:

*“Medyadaki gidiş, haberi değersizleştirme çabasının zirveye çıktığını gösteriyor. Gazetelerde, TV kanallarında haber ikinci, üçüncü, neredeyse sonuncu sıraya itilmiş durumda. Yandaş medyanın aynı başlıklarla manşetlerde sundukları ise iktidar partisinin ve liderinin sözlerinden ibarettir ve en küçük bir eleştirel habere yer bırakmayacak kadar abartılmaktadır. “ (25.11. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gündem oluşturma özellikle Türkiye`deki medyanın siyasetle olan ilişkisi açısından incelenmeye değer önemli bir konudur. Türkiye gündeminin nasıl şekillendiği, medya gündemini neler belirlediği, kamuoyunun gündemi ile medyanın gündemi arasındaki benzerlik ve farklılıklar nelerdir, bu ve benzeri sorular medya üzerine daha ayrıntılı bir şekilde düşünülmesi gerek konuları oluşturmaktadır.

Kurt Lang ve Gladys Engel lang, gündem oluşturmaya yönelik olan düşünceleri, medyanın, kitlenin dikkatini belli noktalara zorla çektiği ve politik insanların kamu imajlarını yaratmak için medyayı kullandıkları söylemişlerdir. Gazeteler sürekli kitle içerisindeki bireylerin ne hakkında düşünmeleri, bilmeleri ve hissetmeleri gerektiğini öneren düşünceler ortaya atmaktadırlar. (Avcı,1990;180)

Okur temsilcileri köşelerinde medyanın bu gündem yaratma gücünü ele almış ve konu edinmiştir. Örneğin;

*“Zehir etkisini gösteriyor. İktidar güçlü olduğu algısını yayabilmek için medyayı etkin bir şekilde kullanmaya özel bir özen gösteriyor. Bunun son örneği kamuoyu yoklamalarının iktidarın istekleri doğrultusunda değiştirilerek sunulması olayıdır. Ne denirse densin, gerçek “tevil” götürmüyor...” (10.02.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Medyanın bu gündem yaratma çabası güvenilirliğinin sorgulanmasına neden olmaktadır. Burada yaşanan güven kaybı sadece okur açısından değil gazetecilerin içinde çalıştıkları medyaya, kuruma ve gazeteci arkadaşlarına karşı meydana gelmektedir. Okur temsilcileri köşelerinde bu konularla ilgili olarak,

*“Gerçeklerin birbiri peşi sıra ortaya çıktığı, iktidarın medyayı yönetme, yönlendirme çabalarının inkâr edilmez bir şekilde sergilendiği günlerde baskıyı meşrulaştırma girişimlerinin gazetecilik etiğini, ahlakını hiçe sayan yandaşlar eliyle savunulduğunu, baskının doğal olduğunun medya dünyasına kabul ettirilmeye çalışıldığını kaydetmekte de yarar var. Bu baskı ortamın da gazetecilerin kendi işlerine yabancılaşmalarını imkansız...(17.02.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Medya topluluklara ne düşüneceklerini değil ne hakkında düşünmeleri gerektiğine ikna etmeye çalışmaktadır. Medya bir konuya önem gösterilmesini istediğinde



okurlar o konunun önemli olduğuna inanma davranışı geliştirirler. Bu duruma karşı çıkma aslında düzenin yeniden kurulmasına ve bir güdülenmeye karşı çıkmak olarak görülebilir. Güray Öz bu konuyla ilgili olarak şu yazıyı yazmıştır;

*“Peki çare nedir? Medyada teslim olmak istemeyenlerin örgütlerine sahip çıkmaktan, örgütlenmekten, bir araya gelmekten başka çareleri var mı?...”*  
(10.02. 2014, Cumhuriyet Gazetesi)

Medyanın tarafsızlığı ve sermayenin kaynağının kim olduğu sorusu okur temsilcileri tarafından çoğu zaman tartışılan bir konu olmuştur. Değişen medya yapısı ve basının sahiplik durumu hem okur temsilcilerinin hem de okurların sık sık değindikleri konulardan olduğu göze çarpmaktadır.

*“Maddi kaynağını kamudan alan, özerk olması gereken kanallarda bu durum daha vahim boyutlardadır. Merkez medya ya da ne anlama geldiğini hâlâ çıkaramadığım “ana akım medya” ise ağırlığı magazine kaydırarak haberden kaçmanın yollarını arıyor”* (25.11. 2013 Hürriyet Gazetesi)

Gündem haberlerin nasıl bir süreçte geliştiği şu anki güncelliğinin önemi kadar haber yapım aşamasında da gereklidir. Toplumsal anlamda geniş bir kitleyi ilgilendiren olayların dünü ve bugünü yine haberde verilmesi gereken bir diğer unsurdur.

*“Lice olaylarıyla ilgili 20 yıl öncesine gidelim...22 Ekim 1993’de Diyarbakır’ın ilçesi Lice’de zırhlı araç ve helikopter sesine silah sesleri karıştı. İlçedeki evlere resmi kurum binalarına bombalar atıldı. Resmi rakamlara göre, 16 kişi öldü, 402 ev...(20.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Önemli haftalar, kutlamalar, bayramlarla ilgili yapılan haberlerde, hep aynı konuların içerikte belirtilmesi okur temsilcilerinin rahatsız olduğu diğer bir konudur. Bu tür haberlerin sıradanlığından yakınan okur temsilcileri kendi gazetelerinin bu tarz haberlere farklılaştığını belirterek gazetelerinin farklılığını ortaya koymaya çalışmaktadırlar.

*“Bu bayram onca ölümlü kaza yetmezmiş gibi bir de yolcu dolu otobüslerin yanması vakaları girdi hayatımıza. Art arda otobüsler yandı; dört insan öldü, onlarcası yaralandı. Hürriyet’in, yanan otobüslerin peşine düşüp, İstanbul Esenler Otogarı’nda otobüslerin yakıt depolarına “10 numara yağ ve yanıcı*

*katkı maddeleri” doldurulmasını görüntüleyip haber yapması başarılı bir gazetecilik ürünüydü. (03.08.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Toplumsal tabu ve konuların medya araçlarında yer bulma hali yine okur temsilcileri tarafından gazetenin politikasını ve gazetecilerin bakış açılarını anlayabilmeleri için baktıkları diğer bir alanı oluşturmaktadır.

*“‘Bekâret’in ‘kaybedilen’ bir şey olarak sunulması, kadın bedenine yönelik baskıların arttığı bir dönemde kabul edilebilecek bir yaklaşım değil. Aynı galeri şu anda ‘Ünlülerin en özel itirafları’ başlığıyla ve içeriğine erkekler de eklenerek yayınlanmakta ama bu yapılan ‘gazeteciliği’ daha iyi kılmıyor maalesef. (23.09.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Gündem olaylarıyla birlikte ortaya çıkan tanımlamalar yine okur temsilcilerinin konu alanlarını oluşturmaktadır. Hem yeni iletişim teknolojilerinin getirdikleriyle birlikte ortaya çıkan yeni kavramlar hem de yeni oluşan toplumsal olaylarla birlikte meydana gelen yeni tanımlamalar okur temsilcilerini kişileri rencide edecek tanımlamalardan kaçınmaları için uyarılarına sebep olmaktadır.

*“Suriye’den kaçıp gelenlerin “mülteci” ya da “sığınmacı” olarak tanımlanmasına itiraz ediyor Dışişleri Bakanlığı. Önceleri “misafir” diyorlardı Suriye’den kaçanlara. Son zamanlarda “geçici koruma”dan söz eder oldular. Biz gazeteciler, hükümetin bu tavrına destek vererek, Suriye’den kaçanlara haberlerde “mülteci” ya da “sığınmacı” denilmesinin yanlış olduğunu mu savunmalıyız? BM Mülteciler Yüksek Komiserliği’ne başvurup sığınma sürecini başlatmamış ya da başlatamamış olanları “mülteci” olarak yazmamalı mıyız? (08 .12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Yine medyanın yanlı olma durumuyla ilgili okur temsilcilerine ulaşan bir diğer okur saptamasında seçim dönemlerinde kanalların tamamen taraflı yayın yaparak her kesime eşit kendini tanıtmaya fırsatı tanımadığı yönündedir. Okur temsilcileri kendi görüşlerini söylemeden okurun mektubunu köşelerine taşıyarak belirli bir durumu, tutumu veya yanlılığı ortaya koymayı amaçlamaktadırlar.

*“Gelen okur tepkileri de medyanın söz konusu adaylara eşit mesafede durmadığı yönünde. Bazı okurlarımız devletin kurumlarından İstanbul’daki*

*Basın İlan Kurumu'nun binasının dört bir tarafının Erdoğan'ın "Milli güç, milli irade" sloganlarının yazılı olduğu afişlerle donatılmasına basının tepki vermemesinden duyduğu rahatsızlığı dile getirirken, bazıları da TRT'nin Başbakan'ın dışındaki diğer adayları 'tanımayan' tutumunu eleştiriyor. (14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Toplumsal olaylar neticesinde medyanın görevlerini yeterli bir şekilde yerine getirip getirmediğini tartışan okur temsilcileri aynı zamanda iktidar ve diğer güçlerin baskısı altındaki medya kuruluşlarının bağımsızlığını da konu olarak köşelerine taşımıştır. Yaptıkları saptamalarda genellikle medyanın tarafsızlığını savunan okur temsilcileri bu durumun dışarıdan gelen etki ve güçler tarafından delinmeye çalışıldığını vurgulamaktadır.

23 Aralık 2014 tarihli köşesinde Cumhuriyet okur temsilcisi Güray Öz dönemin önemli olaylarından biri olan yolsuzluk operasyonunun medya açısından irdelediği yazısında medyanın konumunu şu şekilde ifade etmektedir;

*" Gerçeği arayan medya olayın sansasyonel büyümesine kapılmadığı sürece halkın gerçekleri öğrenmesi için elinden geleni yaptı. Şimdiki tablo bu şekilde..." (23.12.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Basın alanındaki denetimler ve baskılar yine okur temsilcilerinin sıkça köşelerinde bahsettikleri yazılardandır. Hem gazetecilerin kendilerinden gelen şikâyetler hem de okurların bilgi alma haklarının ihlalden dolayı hissettikleri güvensizlik okur temsilcilerinin köşelerinde sıkça yer almaktadır.

*"Bir haberin nasıl kullanılıp kullanılmayacağı yayın yasağı ile değil, medyanın kendi öz denetimiyle sağlanabilir. Türkiye medyası rehinelere hayatını tehlikeye atacak haberler yapmama konusunda bugün kendi özdenetimini yapabilecek birikim ve sağduyuya sahip bir medya değilse nedir? Özetle bu yayın yasağıyla hem kamunun bilgi edinme hakkı hem de gazetecinin haber verme hakkı ve yükümlülüğü devlet eliyle ihlal edilmiş olmaktadır. Oysa yargının basın etiğini denetleme gibi bir görevi yoktur ve olamaz da. (23.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin köşeleri incelendiğinde medya olarak tasvir ettikleri aslında kendi gazete veya yayın grubu olduğu anlaşılmaktadır. Okur temsilcileri kendi gazeteleri üzerinden medyayı konumlandırmakta ve diğer gazeteleri çoğu zaman tarafsız olmamakla suçlamaktadır.

02 aralık 2013 tarihli yazısında Öz ;

*“ medyada utanma zamanıdır. Ama ar damarı çatlamışsa ne yapacaksın... Ortaya çıkan gerçeklerden birisi medyanın anlı şanlı yazarlarının ar damarlarının çatlaması oldu. Tüm TV kanallarının başbakanın parti toplantılarını kesintisiz yayımlamaya özen göstermeyi demokrasi mi sanıyorlar? Medya birazcık olsun utanmıyor mu, yoksa ar damarı hepten mi çatladı...” (02.12. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Diğer bir yazısında ise içinde bulunduğu yazı grubunu öven ve diğer gazeteleri eleştiren bir yazı yazan Öz Cumhuriyet gazetesinin haber etik değerlerine yaklaşımını şu şekilde açıklamıştır;

*“Aydınlık gazetesi geçen günlerde gazetemize hiç kimsenin inanmayacağı bir iftirayla saldırdı. Cumhuriyet’in “Cemaatçi olduğunu” yazdı. Gülsek mi Aydınlık gazetesinin haline ağlasak mı bilemedik. Cumhuriyet bir yazıyla bu saçma sapan iftiraya yanıt verdi. Tekrarı gerekmez. Ama bir zamanların cefakâr solcularının, komünistlerinin dergisinin adını taşıyan gazetenin sayfalarını böyle kuru iftiralarla kirletmenin kime ne yararı var ki? (03.03.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gazetecilerin iktidar medya ikilemi arasında kaldıklarını düşünen okur temsilcileri genellikle gazetecilerin medya patronları aracılığıyla susturulmaya çalışıldığından bahsederek tarafsızlığın engellenmeye çalışıldığını savunmaktadırlar.

ÖZ 10 Şubat 2014 tarihli köşesinde bu durumu şu şekilde yazmıştır:

*“ Medyada geniş bir alanın gönüllü bir teslimiyetle gazeteciliği bıraktığı ya da yandaşlığı gazetecilik sandığı ortada. Bir kesimin ise yöneticileri , patronları tarafından hızla boyun eğmeye yöneltiliyor.”(10.02.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Günümüz medyasının içinde bulunduğu karmaşa ve etiksizlik yine okur temsilcileri tarafından köşelerinde eleştirilmekte ve bu durumun düzelebilmesi için neler yapılması gerektiği medya paydaşlarının görüşleri ve okur mektuplarıyla tartışılmaktadır. Sadece Türk medyasının değil dünya medyasında sorun alanı olan toplumsal konuların ülkemize yansması okur temsilcilerinin bu konuya yaklaşmasına neden olmuştur.

*“Dünya’nın değişiminde önemli bir rol oynayan medyanın, kullandığı dil açısından ırkçılığın yeniden ortaya çıkmasında önemli bir rol oynadığı da artık bilinen bir gerçek. Dolayısıyla Türkiye medyası sürekli olarak birini ötekine karşı kışkırtan milliyetçilik algısı üzerinden yarattığı neredeyse ırkçılığa varan dilini törpülemek zorunda. (16.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Toplumsal ve akademik alanda yaşanan gelişmeler hem dünya’da hem de Türkiye’de yaşanan medya sorunları üzerine odaklanmakta ve çeşitli çıkarımlar ortaya çıkmaktadır. Yapılan eleştiriler ve araştırmalar toplumsal sorunların aşılabilmesi için medyanın önemini ortaya koymakta ve bu durumun nasıl çözülebileceğine dair öneriler sunmaktadır.

*“Medyanın kamuoyu üzerinde etkili olduğu ve onu yönlendirme konusunda en etkili araç olduğu yapılan araştırmalarla da kanıtlanmışken hala ırkçı söylemde ısrar etmek sadece bu ülkeye zarar verir. (16.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Medyanın toplum önünde tabu, mahrem ve etik dışı olarak adlandırılan konular hakkında yaptığı haberler bu konuların meşrulaştırılmasına neden olarak daha çok rastlanan ve suça alıştıran bir yapıya yol açmaktadır. Medyanın bu meşrulaştırması bu tür olayların daha sıkça oluşmasına neden olup olmadığı tartışmalıysa da daha çok medyada yer almasına neden olduğu kesinlikle söylenebilir.

*“Öyle ki; tecavüze uğrayan ya da cinayete kurban giden çocukların fotoğraflarının veya görüntülerinin sürekli olarak seyirciye sunulması da pedofilleri uyaran bir nitelik kazanabilir. (05.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri basın alanında yaşanan sorunları bununla birlikte gazetecilik mesleğinin ve gazetecilerin bu sorunlardan nasıl etkilendiğini köşelerine taşıyarak

hem okurların bu sorunlardan haberdar olmalarına hem de gazetecilerin seslerini duyuracak bir alana sahip olmalarına olanak tanımaktadırlar.

*“Hep beraber tartışıyoruz: Türkiye’de düşünce, inanç ve kimlikler üzerinden işlenen cinayetlerde bilgilerin, belgelerin nasıl yok edildiğini, tanıkların nasıl susturulduğunu ya da perde arkasındakilerin nasıl korunduğunu, Davaların ‘zamanaşımı’, ‘delil yetersizliği’ gibi gerekçelerle nasıl kapatıldığını, gerçek sorumlularının üzerine giden gazetecilerin nasıl öldürüldüğünü, Türkiye’de gazetecilerin, araştırmacı gazetecilikten dava takipçisi bir memura nasıl dönüştüklerini, basın bu davaları ‘geçştirerek’ her gün yazmakla, araştırarak yazmak arasındaki farkı görmediğini ama bir gün bu ‘geçştirerek’ haber yapma hali yüzünden basının yine ‘sırada kim var’ demek zorunda kalacaklarını da... (27.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bir okur temsilcisi bu konuyla ilgili olarak şu yazıyı kaleme almıştır.

*“Bugünün medyası olarak; verileni yazmak ya da hatırlatmakla, araştırmak arasındaki farkı öğrendiğimiz gün, bu karanlık zincirin hiç değilse, tek bir halkasını kırmamız mümkün olacak...(27.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri yazılarında sansüre değinirken çeşitli saptamalarda bulunmuş ve örnekler vermişlerdir. Bu saptamalar genellikle medya-iktidar ilişkisi üzerine konumlanmış ve irdelenmiş yazılardan oluşmaktadır. Cumhuriyet okur temsilcisi Öz bir yazısında bu durumu şu şekilde açıklamıştır.

*“ ...farklı seslerin susturulması, yazarların muhabirlerin, hizaya gelmez yöneticilerin işlerine son verilmesi, akıl almaz suçlamalarla başlayan soruşturmalar, gözaltılar ve kuşkusuz açık sansürdür. Bütün bu yöntemler ise oto sansürü oluşturmaktadır.” (14.10.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Gündemdeki olayların tüm medya alanındaki sorunlara yansımaları yine okur temsilcilerinin köşelerinde sıkça rastlanan konulardandır. Bir olayın patlak vermesi aynı zamanda medyanın tüm alanlarına da nüfus ederek bir etkileşime ve değişime sebep olmaktadır. Bu etkileşim okur temsilcileri tarafından hem gündem olaylarına hem de diğer konularda sıkça değinilerek tekrar tekrar test edilmektedir.

*“Çünkü bu düzenlemeler öyle ki; artık internete düşen bir ses kaydının yayımı, bu sesi kaydeden ve ifşa edenle gazetecinin aynı cezayı almasına yol açıyor. Bu da gazetecilerin cezaların hedefi haline gelmesi demektir. Dolayısıyla özellikle muhabirler arkadaşlarımla haber yaparken dikkat etmesi gereken hususlar yasada şöyle düzenleniyor: ...(30.12.2013 Milliyet Gazetesi)*

Medya iktidar baskısı ile gerçekte tartışılması gereken konuların üstünü örterek ve yeni sanal gündemler oluşturarak kamuoyunu suskunluk sarmalına düşürmektedir. Aynı konuların aynı düzeyde tartışıldığı ortamlarda ortaya aynı yanıtlar ve çözüm yolları çıkmaktadır. Bu sınırlı çerçevede sıkışan topluluk medyanın etkisiyle kendini daha da sıkışmış hissederek güdülerin altına girmektedir. Bu güdüden kurtulmanın tek yolu düşünme, tartışma ve eleştirmektir.

Öz bu durumla ilgili olarak şu yazıyı köşesinde kaleme almıştır.

*“...okurlarımızdan gelen “Bu haberi neden küçük gördünüz?” ya da “Bu da büyütülecek haber mi?” türünden eleştirilere seviniriz. Okurumuzun gazetemize ilgisini, onu daha iyi yapma çabamıza katkısını gösterir. Ama hükümet yetkilileri kusura bakmasınlar, onlar basınını sürekli olarak eleştirisi ile karşılaşması gerekenlerdir. Çünkü böylece halkın onlardan hesap sormasının yolu açılır. Onlar da hesap verme şansına sahip olurlar. Ve onların gazetelerin değil manşetine, bir tek satırına bile karışma hakları yoktur. “Böyle bir hakkın var olduğunun” iddia edildiği yerlere ise zaten demokrasi denilmiyor.” (26.08. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Günümüz medyasının en önemli sorun alanlarından birini oluşturan basın iktidar tarafı olması haberde tarafsızlık ölçütlerini bozmakta ve büyük zararlar açmaktadır. Yine bu konuyla alakalı olarak okur temsilcileri başbakan ve gazetecilerin ilişkisine yönelik şu yazıları paylaşmışlardır.

*“Başbakan Erdoğan’ın gazetecilerle uçak muhabbetleri iyiden iyiye güdükleşti. Her şeye rağmen gazetecilik yapmaya çalışan gazete ve gazetecilerin yıllar içinde elenmesinin doğal sonucu bu. Artık o uçağa binebilecek gazetecilerin isimleri neredeyse sabit. Kimi medya kuruluşlarının*

*temsilcileri uçağın değişmez “davetlileri haline geldi. (02.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Medyanın içinde bulunduğu düzen okur temsilcilerinin köşelerinden gündem olayları ile ilişkilendirilerek yansıtılmaktadır. Okur temsilcileri medya içinde yer alan gazete ve yazarların gündem olaylarını nasıl verdikleri ve yorumladıkları üzerinden medyayı eleştirmektedirler.

*“Medya ise ders almış görünmüyor. Kendisini iktidarın geleceği ile sıkı sıkı bağlamış medya direnişi karalamak için “full time” -tam gün- çalıştı. Merkez medya denilen gazete ve TV kanalları ise ne yapacaklarını bilemediler, görevi bir avuç köşe yazarına havale ettiler. Canla başla çaba gösteren bir iki TV kanalı ile tirajları sınırlı 4-5 gazete direnişi eksiksiz anlatabilmek için olağanüstü çalıştılar. Ama bu kesim içinde yer alan gazete ve kanallar olarak bizim de alacağımız dersler var. Gezi Direnişi başka ve genç bir ruhun neler yapabileceğini bize gösterdi. Direniş, yaratıcılığın musluklarını açmak gerektiğini, muhafazakârlığın yalnızca iktidar kanadına has bir şey olmadığını, ilericilerin, demokratların, sosyalistlerin de silkinip tutuculuğun etkisinden kendilerini kurtarmaları gerektiğini bize anlattı.(17.06. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Medya alanında yaşanan gelişmelerin hukuksal yaptırımlar ve desteklerle ilişkisi yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer alarak gündem ve yeniliklerden medya çalışanlarını bilgilendirmektedir.

*“Hükümet, dijital alanın el atmadık yanını bırakmamaya kararlı. “İnternet ortamında işlenen suçlar ile mücadele” ile ilgili düzenlemenin ardından bu kez internet medyası ile ilgili tasarıyı Meclis’e gönderdi. (17.03.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Medya –iktidar ilişkisini eleştiren okur temsilcileri hem haber ahlakı hem de etik değerler bağlamında bir düzen içinde olunmadığını bununda Türk medyasına büyük sekte vurduğunun anlatırken aynı zamanda okurların da bu durumdan çok yarar aldıklarını düşünmektedirler. Gazetecileri yine kendi arasında ayırarak iktidara yakın ve uzak şeklinde sınıflandırmış ve çeşitli örneklerle betimlemelerde bulunmuşlardır.



*“Bir zamanlar, “uçan gazeteciler” ile “koşan gazeteciler” ayrımı vardı. Turgut Özal’ın, Başbakanlık uçağına aldığı gazete yönetici ve yazarlarına “uçan gazeteci”, başka araçlarla onları izlemeye çalışan muhabirlere de “koşan gazeteciler” denirdi. Demeçleri uçan, haberleri ise koşan gazeteciler yazardı. Özal’dan önce Türkiye’de liderler kendisini izleyen gazeteciler arasında ayırım yapıyor muydu? (12.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcisinin görev yaptığı gazetesinde medyanın iktidar ile olan yakın bir ilişkisi olup olmadığı diğer medya grupları tarafından eleştirilmekte ve bu durumu ortaya koyabilecek örnekler sıkça gazetelerde yer almaktadır. Okur temsilcileri de bu tür haberlere yaklaşımlarını kendi gazetelerinin bakış açıları ve iktidarla ilişkilerine göre konumlandırmış ve değerlendirmiştir:

*“Yine de Erdoğan başbakan olana değin bu denli katı bir, medya kuruluşları arasında ayırım gözetme ve gazeteci seçmece uygulaması yoktu Türkiye’de. Başbakanlığı ve AKP’yi izleyecek muhabirlere akreditasyon uygulanıyor; Erdoğan’ın gezilerine, hatta TV programlarına katılacak gazeteciler özel olarak seçiliyor. (12.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Medyanın görev ve işlevlerinin neler olduğu ve bunu yerine getirip getiremediği konusu okur temsilcilerinin köşelerinde de yer almaktadır. Okur temsilcileri bu durum için hem toplumsal hem de medyanın içinde bulunduğu durumu analiz ederek çeşitli saptamalar yapmış ve yazılarına konu etmişlerdir.

*“Aslında eleştirmek, iktidarı kamu adına denetlemek medyanın görevidir. Türkiye’de son yıllarda tam tersi bir tablo ortaya çıktı; politikacıların gazeteleri ve gazetecileri hedef alan konuşmalar yapmaları olağan hale geldi. Bu eleştiriler bazen Başbakan’dan, bazen bir bakan ya da muhalefetten geliyor. Başbakan Yardımcısı Bekir Bozdağ’ın sözleri ise eleştiriden çok suçlama havası taşıyordu. (25.08. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Medyada yer alan intihar vakalarının, sık periyotlarda ve çeşitli görsellerle desteklenerek sunulması bu haberlerin toplumu olumsuz yönde etkilediği ve intihar vakalarını arttırdığı yönündeki tartışmaları tetiklemektedir. İntihar vakalarının medyada ne kadar ve nasıl ele alındığı yine okur temsilcilerinin konu olarak ele aldıkları gündemlerdendir.

*“Türk basını intihar haberlerinde hep sınıfta kalıyor. Özellikle ünlü ve sevilen bir kişi hayatını kaybettiğinde... Robin Williams olayı bunun bir örneği. Williams haberlerini okuduğunda insan gerçekten hayret ediyor. Sentimental başlıklar... İntiharı bir çare gibi sunmalar... Deha göstergesi sanmalar... İntihar güzellemeleri yapan yazarlar... Ne acı, ne acıklı... (18.08.2014 Sabah Gazetesi)*

Yine aynı konuyla ilgi yazı yazan bir başka okur temsilcisi konuyla ilgili olarak şu yazıyı yazmışlardır.

*“Bütün gazetelerin ombudsmanları intiharın kopyalanan ve bulaşan bir eylem olduğunu yılda en az iki kez yazıyor. Kimse ciddiye almıyor. (18.08.2014Hürriyet Gazetesi)*

Gazetelerin içinde buldukları görüş ve ideolojik yapı aynı zamanda haber yapma dilini ve mantığını da etkileyerek çoğu zaman okurun da aynı görüş üzerine düşünmesine sebep olmaktadır. Okur temsilcileri de bu okuru etkileme çabasının nasıl olduğunu köşelerinde yer vererek konuyu incelemeye çalışmaktadır.

*“Gazze ateş altında. Türk ve dünya basını da olup bitenleri, kısmen, izliyor. Ancak, olayları aktarırken kullandıkları kelimeler ele veriyor kendilerini. Çünkü algı hegemonyası, tanımlar ve kavramlar üzerine inşa ediliyor. Seçilmiş kelimeleri kullanarak düşünme biçiminizi itiraf ediyor ve okuru benzer biçimde düşünmeye itiyorsunuz. 21.07.2014 Sabah Gazetesi”*

Herkes tarafından eleştirilen gündemdeki olayların daha az işlenmiş taraflarını inceleyerek okura aynı konunun farklı yönlerini göstermeyi amaçlayan okur temsilcileri bu ve benzeri haberleri yaparken takipçi bir anlayış ile çok fazla üzerine konuşulmamış konuları incelemektedir:

*“Osman Yıldırım “terör örgütü” üyesi olmakla suçlanan Prof’ları, aydınları, milletvekillerini, gazetecileri “hepinizin kanını içeceğim” diye tehdit etti. İlginçti ve dava hakkında açık bir fikir veriyordu. (24.06. 2013 Sabah Gazetesi)*

Okurların gündem olaylarına olan bakış açıları ve bu bakış açılarına göre hem gazeteyi hem de gazeteciliği eleştirerek yazdıkları şikayetler okur temsilcileri için bir diğer konu alanını oluşturmuştur.

*“Önce bir okur mektubu: Yargı öncesi bir olaya ilişkin haber bu şekilde mi yayımlanmalı? Bu mu sorumlu gazetecilik? Haber DHA’dan alınmış ve olduğu gibi yayımlanıyor...”(21.10.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okurun şikayetlerinin incelenerek cevaplanması sürecinde çeşitli örnekler ve gündem olaylarına değinilmesi okur temsilcilerinin köşelerinin en önemli özelliklerindedir.

*“Okurumuz haklı mı? Evet haklı. İğneyi kendimize, çuvaldızı hak edenlere batıralım. Bu olayda medya kötü, pek kötü sınav verdi. Okurumuzun eleştirdiği bu haber dışında Cumhuriyet konuya dikkatli ve gazeteciliğin temel ilkelerini zedelemeyen yaklaşıma çalıştı.”(28.10. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri tüm bir haftanın genel bir değerlendirmesini yaptıkları köşelerinde hem basının gündem olaylarına ilişkin tutumlarını hem de haftanın en önemli gelişmelerini kendi görüşleriyle kaleme almaktadırlar. Haftalık yazdıkları yazılarında gündemin kalabalıklığına göre köşelerinde ayırdıkları yer bakımından kimi zaman birden fazla olay aktarılırken kimi zamanda sadece bir gündem olayı üzerinden kritiklerde bulunmaktadırlar.

*“Geçen hafta yoğun bir haftaydı. Akşam yasal ya da yasadışı kayıtlarla yattık, sabah yine kayıtlarla uyandık. Anlaşıyor ki devam edecektir. Kamu yararı açısından bu kayıtlardan öğrenilecek ve aktarılmasında yarar bulunan pek çok belge, bilgi, itiraf var. (03.04. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin toplumsal olay ve eylemlere olan yaklaşımları sadece belirli bir kesime olan tepkileriyle değil aynı konunun birden çok alanda nasıl etki ettiğinin araştırılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bir okur temsilcisi her kesimden, her düşünce tarzına sahip okuru temsil etmeyi amaçladığından her olayın birden çok grup, oluşum ve birliğe nasıl etki ettiğini kritik ederek yorum yapmaktadır.

*“Gezi Parkı Direnişisi tüm Türkiye için; siyasi partiler, sivil toplum kuruluşları, sendikalar, dernekler, sokaklar, mahalleler için, büyük işadamları, küçük esnaf için kısacası tüm halk için derslerle dolu bir direnişti. Kimisi dersini aldı, kimisi ders almak ne kelime, verilen dersin tam tersini yapmak için kolları sıvadı. Siyaset sahnesinin iktidar kanadının aldığı ders, “Bundan sonra yerimde kalabilmek için hangi baskı yöntemlerini bulmalı, bu direniş ve gelecekteki benzerlerini nasıl hallederimle sınırlı kaldı! Muhalefetin nasıl bir ders çıkardığını ise önümüzdeki günlerde göreceğiz. (17. 06,2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Yine okur temsilcilerinin gündeminde yer alan bir diğer gündem olayı da iş kazaları ve bu iş kazalarında zarar gören işçiler olmaktadır. Gerek küçük kazalarda gerekse büyük kazalarda hem konunun takibi hem de yetkilileri uyarmak için yazılar yazan okur temsilcileri bu tür olayların bir daha meydana gelmemesi için köşelerini kullanmaktadırlar.

*“Soma’daki maden ocağı faciası, iş kazaları konusunda duyarlılık yarattı. İnsanlar iş kazalarıyla ilgili haberleri daha yakından izliyor; haklı olarak bu haberlerde sorumluların adlarını da görmek istiyor. (09.06. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gündem konularının değerlendirmelerinde genellikle kaynak olarak okur gösterilerek okurun verdikleri tepkiler ve beklentileri üzerinden yorum yapılmaktadır. Okurların gündem olaylarıyla ilgili olarak görüşlerini belirttikleri platform ve okur mektuplarından yola çıkarak yazdıkları yazılarında okur temsilcileri ortak bir görüş üzerinden hareket etmeyi amaçlamaktadırlar.

*“Twitter’a konulan yasak hak ettiği yanıtı milyonlarca Twitter kullanıcılarından aldı. Gelişmeler ulusal ve uluslararası düzeyde sert eleştirilerle karşılaşan yasağın ne kadar anlamsız ve yararsız olduğunu ortaya koydu. Yasak yasak olmaktan çıktı. Akla, mantığa, zamana aykırı yasakların ömrünün birkaç saatle sınırlı kalacağını cümle âlem gördü. 24.03.2014 Cumhuriyet Gazetesi”*

Okur temsilcilerinin gündem konularına olan bu yaklaşımları kendi gazeteleri tarafından yapılan haber metinlerinde de görülmekte ve okurlardan gelen eleştirileri ilgili yetkililere ileterek bir birlik yaratmayı amaçlamaktadırlar.

*“Okurlarımızdan İsmail Güncüoğlu, bir iş kazası haberinde şirket sahip ve yöneticilerinin adlarının verilmemesine itiraz etti. İstanbul Kartal’daki bir inşaatta meydana gelen ve 3 işçinin ölümüne yol açan iş kazasıyla ilgili olarak Hürriyet’te 1 Haziran’da çıkan “16’ncı katta iş kazası” haberini eleştirdi gönderdiği mail’de: ... 09.06.2014 Hürriyet Gazetesi”*

Okur temsilcileri köşelerinde gündemdeki olaylardan bahsettikleri gibi gündem arasında kaybolan ama önemli saydıkları konu ve gelişmeleri de okura ileterek sorumlu habercilik anlayışıyla bir alan yaratmaya çalışmaktadırlar. Okur temsilcileri bu tarz kendi görüşlerine göre önemli ama medyada çok fazla yer bulmayan konuları köşelerine taşıyarak ayrı bir gündemi olan köşeler yaratmakta ve daha çok okura hitap etmeye çalışmaktadırlar.

*“Medya yerel seçime kilitlenince; derin devletin “ilk” cinayetlerinden biri olarak kayıtlara geçen yazar Sabahattin Ali ile derin devleti deşifre ettiği için öldürülen savcı Doğan Öz’ü ölüm yıldönümlerinde hatırlamadı. 07.04.2014 Milliyet Gazetesi”*

Yine Milliyet gazetesinin seçim döneminde nasıl bir duruş sergilediğini ve bunun medyadaki yansımalarının nasıl olduğunu ve diğer gazetelerden farkını ortaya koyarak kendi çalıştığı gazeteyi öven Milliyet okur temsilcisi gazetesinin bu duruma olan yaklaşımını şu şekilde tanımlamaktadır.

*“Oysa başka gazetelerin adaylarla ilgili vermediği birçok bilgiye Milliyet geniş yer ayırmış görünüyor. Gazetemizin adaylara eşit mesafede durduğu arşiv taramasında da görülebilir. (14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gündem olaylarıyla ilgili olarak kendi gazetelerinden örnekler vermeyi tercih eden okur temsilcileri böylece hem kendi gazetelerini bir referans medya grubu olarak almakta ve tanıtmakta hem de okurlar açısından gazeteye duyulan saygıyı arttırmaktadırlar.

*“Milliyet Ankara Temsilcisi Serpil Çevikcan Soma faciası olduğunda, özellikle biz gazetecilere ‘ders’ olabilecek son derece önemli bir yazı kaleme aldı. Çevikcan “Hesap sorma sınavı” başlıklı yazısında Zonguldak Karadon’daki faciadan sonra, madenin derinliklerinde yatan bedenlerin çıkartılmasını beklerken tek tesellinin güçlü bir biçimde söylenen “Hesabı sorulacak” ifadesi olduğunu hatırlatarak...(30.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

#### **4.3.1.7 Okur Temsilciliği**

Okurlardan kendilerine yeterli ilgiyi göstermedikleri ve görevlerini yerine getirmedikleri eleştirileri alan okur temsilcileri bu ve bunun gibi okur şikâyetlerini cevaplamaya çalışarak bu algıyı yıkmaya çalışmaktadır.

*“Köşe yazularıyla ilgili okur eleştirilerini öncelikle muhatabına gönderiyorum. Amacım da yazarın bilgilinmesini sağlamak. Maddi hata olmuşsa aynı köşede yine yazarı tarafından düzeltilmesini bekliyor, ısrarla takip ediyorum. (16.02. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okurun güvenini kazanarak okur sayısını arttırmaya çalışan gazeteler politika olarak okur temsilcilerini ve sayfalarını da kullanmaktadırlar. Gazetelerinin diğer gazetelerden farklılıklarını ve aynı olaylara nasıl farklı ve okur tarafı yaklaşımına yaklaştığını ortaya koymaya çalışan okur temsilcileri bu tür gündem olaylarını bu yaklaşımla değerlendirmekte ve yazılarını yazmaktadırlar.

*“Yerel seçimler yaklaşırken yine partiler ve adaylar, hatta aday adayları ile ilgili kamuoyu araştırmaları sıklıkla yayımlanmaya başladı medyada. Okurların dikkatini çekmiştir, Hürriyet Dünyası uzak duruyor bu araştırmalara. Zira kimi zaman bu araştırmalar, kamuoyundaki eğilimleri araştırmak yerine kamuoyunu yönlendirmeyi de amaçlayabiliyor. Aralarındaki farkı ayırt etmek de titiz bir editöryal çalışma gerektiriyor (10.11.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi köşelerinde yazdıkları yazılarda kullandıkları dil ve üsluplarını okurun ilgisini çekecek şekilde belirlemekte ve çoğu zamanda kısa hikaye ve yahut fıkralarla betimlemektedirler.

*“Ramazan'ın son günlerinde şehrin ileri gelenleri eşraftan birinin konağında toplanmış. İftar edilmiş; yemekler yenmiş, şerbetler içilmiş. Herkes bir köşeye çekilmiş. Başlamışlar aralarında tartışmaya. "Acaba Ramazan bizden memnun kaldı mı" diye yakınıyorlarmış. Her nasılsa orada bulunan ve ellerini göbeğinin üzerinde kavuşturmuş bir şekilde oturan Baba Erenler daha fazla dayanamayıp söze karışmış: "Efendiler.. (28.07.2014 Sabah Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendilerine ayrılan köşeleri gazetecilerin hatalarını eleştirirken aynı zamanda da birbirlerine destek olmak için kullanmaktadırlar.

*“Anadolu Ajansı muhabiri Bilgin Şaşmaz, Ferguson polisi tarafından ölümle tehdit edildi. Azarlandı, tartaklandı, üstüne çullanıldı, gözaltına alındı. Dizinden yaralandı. Bir buçuk saat boyunca bir polis aracının içinde tutuldu. Beş saat boyunca hücreye atıldı. Gazeteci olduğu bariz iken saçma bir şekilde sorgulandı. (24.08.2014 Sabah Gazetesi)*

Okur temsilcisinin kendi çalıştığı gazete grubu üzerinden yaptığı analizlerin diğer gazeteler tarafından nasıl algılandığı ve bu algının neticesinde nasıl bir sonuç doğurduğu yine okur temsilcisi köşelerinde sıkça rastlanan konulardandır.

*“Sabah'ın “Hani etik, hani yayın ilkeleri” başlığı, Hürriyet'in yaptığı gibi “Yayın İlkeleri” hazırlayacağını işaretleri mi acaba? (14.10. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin kendi köşeleri üzerinden yaptıkları eleştiriler sadece gazete ve gazeteci bazında değil aynı zamanda başka gazetelerin okur temsilcileri ile de meydana gelmektedir. Bir gazetenin okur temsilcisi kendi gazetesine yöneltilen suçlama ve ithamları yine o gazetenin okur temsilcisi ile yazdığı karşılıklı yazılar ile çözmeye çalışmakta ve gazetesini aklamaya uğraşmaktadır.

*“Bu nedenle hurriyet.com.tr'deki “Okur Temsilcisi” sayfasına Altay'ın bana yönelttiği eleştirileri içeren “Ombudsman nasıl çalışmalı” başlıklı yazısının linkini koydum. Keşke gazetede yer sorunu olmasa da o yazının tamamını bu köşede de yayımlayabilsek! Böylece Hürriyet okurları benim yazımla Altay'ın*

*yanıtını birlikte okuyarak, iki farklı görüşü daha sağlıklı ve daha nesnel değerlendirme olanağı bulabilecekler. (21.10. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcisinin çalıştığı kurumun dışındaki kurumlara karşı takındığı tutum çoğu zaman eleştirel bir yaklaşım biçimi ile kendini göstermektedir. Bu eleştirel yaklaşım ve tutum hem gazetenin kimliği hem de muhabirin kimliği ile birlikte değerlendirilerek ortaya bir karşıtlık çıkartılmaktadır. Aynı konu üzerinden farklı gazeteler tarafından yapılan haberlerin çarpıştırılarak değerlendirilmesi okur temsilcilerinin köşelerinde de yer almaktadır.

*“Belli ki, “nefret suçu” konusunda bir kavram karışıklığı var kafalarda. Yoksa gazeteci arkadaşımız, Eskişehir Valisi GÜNGÖR Azim Tuna'nın gazeteci İsmail Saymaz'a gönderdiği mail için “Bu mesaj nefret suçuna girer mi?” diye sormazdı. (07.10. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri; bir gazeteye bağlı olarak çalışan gazetecilerin haber yaparken ve yayınlarken bireysel olmadıklarını aynı zamanda çalıştığı gazeteyi de temsil ettiklerini savunmaktadırlar. Okur temsilcileri, gelişen iletişim teknolojileri ve gazetecilik ortamlarının iç dinamikleriyle habercilik anlayışlarını gözden geçirmeleri gerektiğini ve bunu yaparken de çalıştıkları gazetenin etik değerleriyle hareket etmeleri gerekliliğinden bahsetmektedirler.

*“Sosyal medyanın informal atmosferi, çoğu kez biz gazetecileri de içine çeken; giderek daha tehlikeli, daha tahrik eden bir mecraya dönüşmüş durumda. Öyle ki; bazen bir medya kurumunun çalışanı olduğumuzu ve yapacağımız bir hatanın kurumsal düzeyde bir eleştiriye maruz kalabileceğini, araştırmadan paylaşılan bir bilginin mesleki açıdan güvenilirliğimize vereceği zararı hesaba katmıyoruz bile...(02.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bu temsil ve sorumluluk hakkındaki dünya medyasında yaşanan gelişmelerden bahseden okur temsilcileri bu durumun aşılması ve standart bir sistematığe oturtulabilmesi için belirli etik kurallara ihtiyaç duyulduğuna köşelerinde değinmiştir.



*“Ancak son birkaç yıldır dünyanın saygın birçok medya kuruluşu bu hesabı yapmış olmalı ki; yeni medya düzeninde gazetecilerin sosyal medyada paylaştığı haber ve yorumların çalıştıkları kurumun genel yayın politikasına ve meslek etiğine uygunluğu yazılı kurallara bağlamış durumda. (02.06.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri seslerini duyururken yaşadıkları olumsuzlukları ve sansürü kendi alanlarında duyururken aslında bir birlik içine girmiş ve sadece kendi gazetelerinde ki değil diğer gazetelerdeki okur temsilcilerinin savunuculuğuna ve sesi olmaya çalışmışlardır.

*“Gazetesinin tutumunu eleştirdiği için görevinden alınan Sabah Ombudsmanı'nın durumu Türk medyasında bu kurumun henüz yeterince kabul görmediğini ortaya koydu. Cumhuriyet, okur temsilciliğine yer açan az sayıda gazete ile birlikte örnek olmaya çalışıyor. Bunca haksızlığın ve yanlışın devletin tüm katmanlarına yayıldığı ülkemizde Devlet Ombudsmanı'nın ne yapacağını ise hep birlikte göreceğiz.” (12.08. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin görevlerinin sınırlılığı yine bu sayfada yer alan diğer bir konuyu oluşturmaktadır. Okur temsilcilerinin sadece kendi gazetelerini savunmak üzerine yazılar yazmaması gerektiği genel bir bütün üzerinden okurun beklentileri ve eleştirileri ile birlikte betimlenen bir bakış ile konularının seçmeleri gerekliliği yine köşelerinde tartışılan bir diğer konuyu oluşturmaktadır.

*“ Okur Temsilcileri aynı zamanda bu görevin yeterince yerine getirilip getirilmediğini de okur desteğiyle denetlemek durumundalar. Bu nedenle gazeteciliğin özellikle iktidarları ve kuşkusuz muhalefetleri de eleştirme görev ve sorumluluğu, öncelikle muhalif olmayı, hataya, yanlış, örneğin yolsuzluğa odaklanmayı gerekli kılıyor. Kendilerini gerçekte nesnel olmayan bir “nesnellik” anlayışına kaptırmış, “gazeteciliği” iktidarlarla iyi ilişkiler temeline oturtmuş gazetelerde okur temsilciliği ya da benzer bir kurumsallaşmaya bu nedenle yer verilmiyor. Verilse de bu “gazeteyi savunma kurumu” olmaktan öteye geçmiyor”( 09.06. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri medyayı eleştirmenin ve hataları düzeltmeye çalışmanın sadece bir ayağını oluşturmaktadır. Bu yönelim patron, yazar, gazeteci ve en önemlisi okurun da iş birliği ile ancak bir bütünsel hale gelebilmektedir. Okur temsilcileri bu konu hakkında çeşitli görüşlerini şu şekilde belirtmişlerdir.

*“Bazı nedenlerle okurlar, okur temsilcisine destek olmak, görevin gerektiği gibi yerine getirilmesine katkıda bulunmak istiyorlarsa ilkelerin uygulanışı ile ilgili görüşlerini ileterek, temel ilkelere aykırı haber, makale ya da genel söyleyelim tutum varsa onu eleştirmek gibi bir yolu denemelidirler. Bu arada ilkeler yalnız gazeteler için değil okurlar için de yol gösterici olmalıdır. Kuşkusuz gazetedeki teknik aksaklıklar, hatalar, dil yanlışları önemlidir. Ama en az onlar kadar, hatta daha fazla haberin, yazının, analizin genel olarak ilkeler karşısındaki durumu önemlidir.” (09.06. 2014 Sabah Gazetesi)*

Bu durumun okur ayağının önemini savunan okur temsilcileri bu konu ile ilgili olarak da şu yazıyı kaleme almışlardır.

*“Okurlar, “eleştiriyoruz da ne oluyor” umutsuzluğuna kapılmamalıdır. Teknik aksaklıkların giderilmesi zaman ister ama ilkeler konusunda eleştiriler daha hızla etkisini gösterecektir.” (09.06. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi görev tanımlarını yaparken aynı zamanda bir hesaplaşma içine girerek hem okura hem de gazetecilere düşen görevleri ortaya koymaya çalışmaktadırlar. Okur temsilcileri haberin devamlılığını ve tarihsel sürecini takip ederek hem okura hem de gazeteciye bir arşiv niteliğinde köşe yazıları yazmaya çalışmaktadır. Bunu yaparken de hem karşısındakini hem de kendisini eleştirmesi gerektiğini savunarak gazetecilik değerlerini tanımlamaktadırlar.

*“Akıp giden haber ırmağını kıyıda seyreden okurların unutması son derece doğal. Biz gazeteciler, hafızaların zayıflığına sığınamayız. Gerçeğin bekçiliğini hakkıyla yaparsak, zamanla yanlış olduğu ortaya çıkan haberlerimiz için okura hesap vermeliyiz. Kendi hatasını saklayan gazetecinin, başkalarının hatalarını yazarak afişe etmesi adil ve dürüst olmaz. (18.11. 2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilciliğinin tanımı ve konumu bizzat okur temsilcileri tarafından da köşelerine konu edilmiş ve bu konuyla ilgili olarak çeşitli tanımlamalarda bulunmuşlardır. Okur temsilcilerine göre okur temsilciliğinin tanımı şu şekillerde verilmektedir;

*“Aslında uzun bir tanımı yok Okur Temsilcisi'nin. Kısaca şöyle tanımlayabiliriz: Gazetenin basılı ve internet sayfalarına gelen eleştirileri, ki bunların ille de düzenli okurlardan gelmesi gerekmiyor, haberlerde adı geçen kişiler, kurumlar da dahil, değerlendirmek, okurla bağ kurarak, anlamaya çalışmak ve editörlerin bilgisine sunmak. “ (09.12. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin bu aracılık görevi okura kendine gazetede bir yeri olduğunu hissettirmekte ve aynı zamanda söz hakkı tanımaktadır. Tüm gazete çalışanlarının okur tarafından yapılan eleştirileri ciddiye alarak cevap vermeleri ve şikayet konusu olan durumları tekrarlamamaları beklentisi Öz tarafından şu şekilde betimlenmiştir:

*“Editörlerin de herhalde gelen eleştirileri ciddiye almaları gerekiyor. Kuşkusuz her eleştiri haklı, yerinde olmayabilir, eleştirilenlere sert gelebilir. Yine de eleştirilerden yararlanmak editörlerin de gazetenin de lehine olacaktır. Eleştirilere verilen yanıtlar da yine Okur Temsilcisi tarafından değerlendirilecek, okurlara iletilecek, böylece okuyucu ile gazete arasında yararlı bir iletişimin kurulması sağlanmış olacaktır.” (09.12.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Nihayetinde maaşını bir yayın organından alan okur temsilcileri bu arabuluculuk ve denetleme görevlerinde tam olarak yeterli olamamaktadır. Denetleme ve arabuluculuk görevini sadece okur temsilcisinin değil diğer gazete çalışanları ve okur tarafında olan bir grup çalışması olarak betimlemektedir. Bu durum okur temsilcileri tarafından şu şekilde açıklanmıştır.

*“Ama asıl olarak okurların, izleyicilerin karşı çıkması gerekiyor. Haber verme hakkı ellerinden alınan, kaynakları kurutulmak istenenler gazeteciler ama haber alma hakkı yok edilmek istenenler okurlar, izleyiciler. Öyleyse gazetecilerle, medya çalışanları ile okurların dayanışması, okurların bu gidişe itirazları da büyük önem taşıyor. Bizim bile yetersiz kaldığımız*

*yerlerde okurun devreye girmesi gerekmekte” (13.01.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Haber metinlerindeki etki değerleri koruma anlayışının fotoğraf ve mizanpajda da olması gerektiğini savunan okur temsilcileri bu tarz durumlarda her iki tarafın da görüşünü alarak doğruyu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bir çeşit halkla ilişkilercilik görevi gören okur temsilcileri aynı zamanda gazeteciler arasındaki ilişkiyi de düzenleyerek basın alanında çıkabilecek sorunları en aza indirmeyi amaçlamaktadırlar.

*“Lice’deki yol kapatma eylemiyle ilgili haberin hemen üzerine bir fotoğraf konulmuştu. Altı askerin, yaralanan bir arkadaşlarını kucaklarında taşımaya çalıştıkları telaş anını yakalamıştı fotoğraf. Olay sırasında asker tarafında yaşananları çarpıcı biçimde özetliyordu. Bu fotoğrafın 5 Haziran günü Hürriyet internette yayımlanmasının hemen ardından Anadolu Ajansı Fotoğraf Editörü Fırat Yurdakul, bana hitaben bir tweet attı. “Günün fotoğrafı olan AA fotoğrafına yine DHA imzası atmışsınız” diyor...(09.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri haber ve etik değerler hakkında okuru bilgilendirirken aynı zamanda muhabir ve gazetecilere de hatırlatmalarda bulunmaktadır. Sabah gazetesi okur temsilcisinin görüşlerine göre haber kaynaklarının deşifre edilmemesi çok önemli ve ketum kalınması gereken bir konudur.

*“Haber kaynağının açıklanması konusu çeşitli vesilelerle karşımıza çıkıyor. Basın Kanunu’nda şöyle bir madde var: “Sürelî yayın sahibi, sorumlu müdür ve eser sahibi, bilgi ve belge dahil her türlü haber kaynaklarını açıklamaya ve bu konuda tanıklık yapmaya zorlanamaz.” (15.09.2014 Sabah Gazetesi)*

Kavram kargaşası yaşanan konu, kelime ve değerlerin ayrıntılı açıklamalarının yapılmasına köşelerinde yer vermeye çalışan okur temsilciler bu kelimeleri ayrıntılı olarak açıklayarak kavram karışıklığına neden olan anlatımların farkına varılmasına çalışmaktadırlar.

*“Tartışmaların gazetecilik etiğine katkıda bulunabilmesi için kavramın tanımı, kökeni ve içeriğini araştırdım. “Kamu yararı”, 1789 Fransız Devrimi*

*sonrasında “ortak iyilik” kavramına tepki olarak doğmuş. O dönemden itibaren de Fransa’da kamu hukukuna girmiş. Ne olduğunu tanımlamak yerine “Yasaların kamu yararını ifade ettiği” ilkesi benimsenmiş. (06.04.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin köşelerinde, haberin metinsel eleştirisi sıkça yapılmaktadır. Bu eleştiriler hem medyanın genelinde bir düzeltme hem de okur temsilcisinin kendi görevini diğer gazetecilere hatırlatarak kendini önemli hissettirme gereğinden kaynaklanmaktadır.

*“Haberdeki her sözcük önemlidir. Haberler, rasgele sözcüklerin yan yana getirildiği metinler değildir. Her sözcüğün bir işlevi vardır ve doğru seçilmezse hem anlatımı bozar, hem de haberin nesnelliğine gölge düşürür. (16.02. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Medyanın yaşadığı bu baskı okur temsilcileri tarafından çeşitli nedenlere bağlanırken, kendi çalıştıkları gazete ve sahipleri bu grup içinden ayrı tutularak verdikleri örneklerde başka gazete ve patronları hedef alınmaktadır. Tarafsız olması gereken okur temsilcisi yazdığı yazılarda kendi kurumu dışındaki çoğu oluşum, grup ve ideolojiyi eleştirirken kendi grubuna ait bir örnek veya çıkarımda bulunmamıştır.

*“Medyanın çok düşmanı var. Ama en başta gelen düşmanın medya patronlarının kendileri olduğu ortada. Sabah Gazetesi Ombudsmanı (en son yazısı 17 Haziran tarihliydi ve Gezi Parkı haberlerini eleştiriyordu) Yavuz Baydar New York Times’te hem İngilizce, hem Türkçe yayımlanan ve internet sitelerinin de yer verdiği yazısında, patronların durumunu açıklıkla ve ayrıntılı bir şekilde anlattı....”(22.07. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gazetecilerin ve medya paydaşlarının haklarını savundukları gibi okurun da haklarını savunmakta ve okurun medyadan doğru ve güvenilir şekilde yararlanabilmesi için nasıl bir ortam yaratılması gerektiğinden, şu anki durumun nasıl olduğuna kadar uzun bir eleştiri çerçevesine köşelerinde yer vermektedirler.

*“Peki, Türkiye’de medya yerel seçimlere giderken seçmenin “bilgi edinme hakkına ne kadar saygı gösteriyor? Maalesef buna olumlu yanıt verebilmek mümkün değil. Daha önce olduğu gibi seçim kampanyası döneminde de*

*Başbakan Erdoğan'ın konuşmaları en az 5-10 TV kanalında canlı veriliyor; diğer liderlerin konuşmalarından, durumu kurtarmak için kısa bölümler yayımlanıyor...(17.03.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gerek kendi görev alanlarının tam olarak günümüz medyasında yer bulamaması gerekse okurların bu köşeleri çok sahiplenmemesinden kaynaklı olarak sorunlar yaşamaktadırlar. Buna örnek olarak tekzip ve okur temsilcilerinin bu tekziplere karşı kullandıkları cevap yazıları verilebilir.

*“Okur temsilcisi (ombudsman) olarak, okurlardan gelen itirazları, eleştirileri değerlendirip bu köşede yazıyorum. Ancak bazı haberlerde adı geçenler, önce haberi yazanlara ve ‘okur temsilciliğine başvurmak yerine doğrudan hukuksal yollara başvurmayı yeğliyorlar. Kimi hemen noter aracılığıyla düzeltme veya yanıt gönderiyor; kimi de “tekzip” için mahkemeye başvuruyor. Elbette bu onların yasal hakkı. (02. 12,2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri, kendi köşelerinde hangi konuları ve olayları tartışacaklarını ve hangi kriterlere göre değerlendirecekleri şu şekilde betimlemektedirler.

*“Okur Temsilciliği ya da uluslararası adlandırılmayla Ombudsmanlık, gazete, TV kanalı, radyo ya da internet sitesi ile okur arasında bir arabuluculuk, hakemlik anlamı taşıyor. Gelen eleştiriler ve yönetimin, editörlerin, düzeltme servislerinin yanıtları ile ilgili olarak temsilcinin elinde genel gazetecilik ilkelerinden başka bir anahtar yoktur ve iyi ki de yoktur. “(09.06. 2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri okurlardan aldıkları eleştirileri haberin yazarına ileterek arada bir arabulucu görevi görmektedirler. Bu görev aynı zamanda okur temsilcisini okura cevap veren değil verilen cevabı ileten kişi konumuna sokmaktadır.

*“Bu tepkiyi ilettiğim Hürriyet Ege Temsilcisi Deniz Sipahi de üzgündü. Öyle bir fotoğraf kullanılması teknik bir sorundan kaynaklanmıştı: (05.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde genel olarak kendi görevlerinden de bahsetmekte ve kendi gazetelerinin ve kişisel bakışlarına göre okur temsilcisinin görev ve sorumluluklarından bahsetmektedirler.

*“Okur Temsilcisi'nin görevi gazete ile okur arasında hakemlik yapmak değildir. Gazete yönetiminden ve redaksiyonundan bağımsız olarak her türden eleştiriyi gündeme getirmekle yükümlü olan temsilcinin görevi, eleştirileri değerlendirmek, aktarmak, gerektiğinde bir tartışmayı başlatmak ve nitelikli bir ürünün okura, izleyiciye sunulmasına katkı sağlamaya çalışmaktır. “(29.12.2014 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri toplumsal olay ve etkinliklere karşı duyarlılığı çalıştıkları gazetenin bakış açısıyla değerlendirip bu tarz oluşumları gazetenin yaklaşımıyla değerlendirmeye çalışmaktadırlar.

*“Hürriyet, bu tür vakaları yardım kampanyasına dönüştürüp para toplamayı doğru bulmuyor. Web koordinatörü Bülent Mumay, “Yardım haberi yapmak etik gelmiyor bize. Zaten kampanyacılık bizim yazı işleri geleneğimizde yok” diye açıkladı durumu. Haklı da. Bizim gazeteci olarak asli işimiz insanlara bilgi aktarmak. Haberlerin uygulayıcısı olmak, hele parasal işlere aracılık etmek gazetecilik işlevinin dışına çıkmak olur. Babiâli'nin geleneğiymiş fakir ya da zor durumdaki insanların haberlerini yapıp sonra da bakın nasıl kurtardık diye böbürlenmek... Onlar da eskide kaldı... (05. 01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Hem okur düzeylerini belli etmek hem de kendi gazetelerinin önemli bir kaynak olduğunu anlatmak için akademisyenlerin görüşünü alarak çeşitli gündem konularıyla ilgili yorumlarda bulunan okur temsilcileri böylelikle kendi sayfalarını da sadece kendi görüşlerinden oluşan bir sayfa değil bir okur köşesi olarak tanımlanmasını sağlamayı amaçlamaktadırlar.

*“AREL Üniversitesi İletişim Fakültesi'nden Yrd. Doç. Dr. İbrahim Sena Arvas, basında özdenetim konusunda doktora çalışması yapmış bir akademisyen. Tezinden uyarladığı “Türk basınında etik ve özdenetim” adlı kitabında Doğan Medya Grubu Yayın İlkeleri'ne de yer veren Arvas, bir mail göndererek ilkeler hakkındaki görüşlerini aktardı:... (23.02. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Toplumsal cinsiyet vb. temelli sorunlarda okur temsilcileri genellikle konunun erbabı kişileri köşelerine taşıyarak hem sorunu daha elitist bir düzeye taşımakta hem de

cevap vereceği alanı ve kişiıyı sınırlandırarak eleştiri ve tartışma ortamından çıkartmaktadır. Sık sık akademisyen, doktor, avukat, vb. dallardaki kişilerin mektuplarının yer aldığı okur temsilci kōřeleri bu kişilerin mektuplarına yer verilip cevap yazılması ile oluşturulmaktadır.

*“Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakóltesi’nden Dr. İdil Engindeniz şahan, hurriyet.com.tr’de “Ünlüler bekâretlerini kaç yaşında kaybetti” başlığıyla açılan eski bir fotoğraf galerisini eleştiren bir mail gönderdi:“Galerinin kurgusundaki aksaklıklara ve nasıl bir bilgi verdiği belli olmayan cümlelere de değinmek mümkün ama sorun çok daha temelde. (18.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kōřelerinde kendi görüşlerine yer verdikleri gibi kendi görüşlerini betimleyen kişi ve kurumlardan da yazılar aktararak bir algı yaratmaya çalışmaktadırlar. Genellikle kendi gazete yazarlarından seçtikleri bu kaynaklar okur temsilcisinin ortaya koymayı amaçladığı görüşlerini destekler nitelikte olup gündem olaylarının bir eleştirisi formatında tasarlanmaktadır.

*“Geçen hafta kimi gazetelerin yazarları ve muhabirleri Ergenekon davasının sondan bir önceki duruşmasını izlemek üzere Silivri’deydiler. 5 Ağustos’ta kararlar açıklanacak. Gazetecilerin ilgisinin çok yoğun olduğunu söylemek mümkün değil. Duruşma öncesi izleyici ve gazetecilere seslenen Yalçın Küçük de zaten medyadan şikâyet etti. Gerçek gazetecilik yapılmadığından yakındı. Gazetemiz yazarı İzmir Milletvekili Mustafa Balbay meslektaşlarından gerçekleri olduğu gibi yazmalarını istedi.(24.09.2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi çalıştıkları gazeteye olan bağlılıklarını göstermek için gazeteler arası yapılan her türlü tartışma ve polemige dâhil olmaktadır. Bunu yaparken de haberi en ince ayrıntısına kadar analiz ederek yapacakları kanısını okura vermeyi amaçlamaktadırlar.

*“Sabah’ın bu ağır suçlamasını değerlendirmenin ‘Okur Temsilcisi’ olarak görevim olduğunu düşündüm. Sabah ve Hürriyet’in konuyla ilgili haberlerini taradım. (12.01. 2013 Hürriyet Gazetesi)*



Kendi gazetesinde yayınlanan haberlere gelen eleştirileri inceleyen okur temsilcileri bu eleştirileri ne kadar isteseler de objektif bir gözle bakamayarak kendi gazetelerini haklı çıkarmaya çalışan yazılarla karşı savunma yapmaya çalışmaktadırlar.

*“5 Nisan’da yayımlanan ve dış politika yazarı Verda Özer’in yazısı temel alınarak hazırlanan manşete iki gazeteden eleştiri geldi. Birincisi Agos’un Genel Yayın Yönetmeni Rober Koptaş’tan, ikincisi Sol gazetesinden... Eleştirileri değerlendirmeye Koptaş’ın Twitter’da yazdıklarından başlayayım. (13.04. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gazetede ki yerleri ve önemlerini belirtmek için bir sorun alanı üzerinde nasıl başarılı olduklarını ve o sorunu nasıl çözüme ulaştırdıklarını yazarak kendi görev ve sorumluluk alanlarını ortaya koymaktadırlar.

*“Hürriyet Sosyal ’in getirdiği yenilikleri aktarırken, kimi okurlardan gelen eleştirileri de yazmıştım. Aradan geçen iki haftalık sürede okur eleştirileri hayli azaldı. Yazarlara ulaşmakta zorluk çektiği ya da üye olmasına rağmen okuyamadığından yakınan okur mesajları artık tek tük geliyor. Sanırım bunda okur maillerine yanıt verilmesi, çözüm getirilmesinin etkisi büyük. (02.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Sadece kendi görüşleriyle konuları değerlendirmeyen okur temsilcileri üzerinde tartışılan konu hakkında uzmanlardan da yorum alarak çeşitli çıkarımlarda bulunmaktadırlar.

*“Bu sorulara yanıt ararken, medyada uyuşturucu haberlerinin izlenip aktarılmasında uluslararası gazetecilik uygulamaları için yetkin bir isim olan gazeteci arkadaşım Ragıp Duran’dan yardım aldım: (25.08. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Farklı gazetelerin birbirleriyle rekabet halinde olmaları okur temsilcileri arasında da olmakta ve bu rekabet çeşitli sayfa, konu, haber gibi alanlarda kendini göstermektedir. Okur temsilcileri kendi gazetelerine yapılan eleştirileri kendilerine yapılmış gibi değerlendirerek köşelerinde cevap haklarını kullanmaktadırlar.

*“Son yıllarda bazı medya kuruluşlarında bir ramazan geleneği oluştu. Ramazan başlarken, “Hürriyet ramazanda oruç ve dayak haberleri bekliyor”*

*gibisinden tuhaf haberler yapıyorlar. Kimi internet sitelerinde 17 Temmuz'da çıkan "Akif Beki'den Hürriyet'e ramazan ayarı" ve "Akif Beki'den Hürriyet'e ramazan dayağı" haberlerini görmesem yine ciddiye almayacaktım bu haberleri. Ama konu bir Hürriyet yazarının "Ramazan ayarı" olunca, üzerinde durma gereği duydum. (28.7.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okurların kendileri hakkındaki görüşlerini ve önerilerini de köşelerine taşıyarak kendilerine yönelik yapılan eleştirilere cevap vermeye çalışan okur temsilcileri sadece kendilerine yönelik iltifatları değil karşıt görüşleri de taşıyarak objektif bir köşe yaratmaya çalışmaktadırlar.

*"Sanırım bunu tasvip edemezsiniz" diyen Tarhan Tufan adlı okur uyardı beni. (16 .06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi görev ve okur temsilciliği köşesinin işlevini okurlara ve gazete çalışanlarına doğru anlatabilmek için bağlı oldukları kurum ve örgütlerden örnekler vererek tanımlamalarda bulunmaktadırlar. Bu örgütlerin en büyüğü Haber Ombudsmanları örgütüdür. Bu örgütün çalışmaları hem okurlara hem de okur temsilcilerine yönelik olarak yapılmaktadır. Yine okur temsilcilerinin köşelerinde bir ONO toplantısında tartışılan konular şu şekilde verilmiştir.

*"Haber Ombudsmanları Örgütü'nün (ONO) yıllık toplantısı Hamburg'ta gerçekleştiriyor. Küresel haberleşme araçlarıyla yaratılan 'devrim' niteliğindeki gelişmeler, medyada özellikle yazılı basının meslek ilkeleri açısından yeniden dizayn olmasını kaçınılmaz kılınca; Ombudsmanlar sırlar, standartlar, yolsuzluk haberlerini 'Kasvetli bir dünyada şeffaf kalmak' üst başlığıyla tartışmaya açıyor. Toplantı da dijital çağda Ombudsman ne kadar şeffaf olabilir gibi sorulara da yanıt aranacak. (05.05.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Bir okur temsilcisinin Ono toplantılarında konuşulan konular ve tartışılan sorunları köşesine taşıyarak nasıl daha iyi bir okur temsilcisi olunacağını cevabı aranmıştır.

*"Hürriyet Gazetesi Ombudsmanı Faruk Bildirici de internet sitesinden haber kaldırmanın gerekli olduğu durumlara ilişkin hazırladığı "Dijital Arşivde Düzeltme Kılavuzu"nu ONO (Dünya Ombudsmanlar Birliği) üyesi*

*Ombudsmanların değerlendirmesine açtı. Aslında internet arşivindeki haber, yazı ve fotoğrafların yayından kaldırılması isteklerinde sınır olmadığını söyleyen Bildirici'ye göre; gazetecilerin, bu tür taleplere, yargı kararları, maddi hatalar, mağduriyetler, hakaret ve aşağılamalar gibi özel haller dışında kapalı olmamız gerekiyor (05.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gerek haftada bir yazma periyodları gerekse köşelerinde yer verdikleri haber eleştirilerine kendileri karar verdiklerinden diğer yazar ve köşe yazarlarından ayrılmaktadırlar. Kendi gündemlerine göre önemli gördükleri haberleri yine kendi köşeleri dâhilinde istedikleri oranda incelemekte ve hem tarihsel sürecine hem de geleceğine dair yorumlarda bulunmaktadırlar.

*“Önce hatırlatalım: Galatasaray Kulübü Kongre üyesi Arif Hikmet Çalıkoğlu, Milli Takım Teknik Direktörü Fatih Terim ve Merve Terim'e ağır hakaretlerde bulunduğu iddiasıyla geçen yıl bir davaya konu oldu. (26.05.2014 Sabah Gazetesi)”*

Yine bu durumun devamı olarak köşelerinde kendi gazetelerine yapılan eleştirilere de cevap veren okur temsilcileri, eleştiriye neden olan haberi tarihsel bir süreçte inceleyerek kendi gazetesinin ve haberi yapan muhbirin haberi yaparken hangi görüş ve fikirlere niye yer verdiğini açıklamaya çalışmaktadır.

*“Milliyet Süren' in konuya ilişkin görüşünü “Bu af bize yakışmadı” başlığıyla yayımlayınca Çalıkoğlu'nun avukatı da bu haberi gazeteye yakıştıramamış olmalı ki tekzip gönderdi. Çalıkoğlu'nun avukatı Milliyet'i “Fatih Terim'e ağır hakaretler içeren” ifadelerle yer vererek gerçeğe aykırı yayım yapmakla suçluyor. Haberin gerçeğe aykırı bilgileri içerdiğini öne sürüyor. Müvekkilinin hapis ve para cezası olmadığını iddia ediyor. Bir haberin önünü arkasını iyi okumak gerekir.” (26.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde eleştirdikleri konuları her zaman okurdan gelen mektuplar ve gündem üzerinden değil bazen de kendi yaşamdan edindiği pratikler ve gözlemlerine göre oluşturmaktadırlar.

*“Bir kafede oturmuş iki kadın Kars'ta Mert, Manisa'da Umut, Adana'da Gizem'in nasıl öldürüldüklerini konuşuyor. Masalarında duran Milliyet*

*gazetesi dikkatimi çekti. Öldürülen Gizem'in fotoğrafı birinci sayfadan verilmiş, Tolga Şardan'ın özel haberinde Gizem'in ailesi zanlının iki kez ifadeye çağrılmasına rağmen "O olamaz o bizim akrabamız ciğerimiz' dediği için habere "Ciğerimiz katil çıktı" başlığı atılmıştı. Kadınlardan biri panik içerisinde "En yakınlarımıza bile artık güvenemeyecek miyiz?" diyordu. (05.05.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin gerek kendilerine gelen eleştiriler gerekse medya dünyası içinde kendi görevini önemli gösterme gayretiyle okur temsilcilerinin görev tanımlarını kendilerine göre yapmaları yine kendi köşelerinde sıkça rastlanan yazılardandır.

*"Uluslararası Haber Ombudsmanları Örgütü (ONO) görev bildirgesinde şöyle der: "Haber Ombudsmanı gazeteciliğin uygulamaları ve amaçları hakkında saygıdeğer ve geçerli bir söylemin oluşturulmasını teşvik ederek gazeteciliğin kalitesini korumaya ve geliştirmeye kendini adanmıştır. Ombudsman, basın özgürlüğünü korumak, sorumlu ve yüksek kalitede gazeteciliği teşvik etmek için çalışır."(11.09.2013 Milliyet Gazetesi)*

#### **4.3.1.8 Okur**

Okur temsilcileri sayfalarında yer alan yazılarda okurlardan gelen mektupların özelinde bir gündem konusunun değerlendirmesinin yapılması ve bu değerlendirmenin hem okura hem de gazeteciye ait soru ve cevaplarla betimlenmesi okur ile gazeteci arasındaki ilişkiyi oluşturmaktadır. Okur temsilcisinin görevlerinden biri olan bu arabuluculuk okur temsilcilerinin sayfalarında sıkça gözlemlenmektedir.

*"Milliyet okurlarından da hem habere, hem de sanatçının üslubuna yönelik eleştiriler geldi. Günay Deniz adlı okurumuz kısaca şöyle diyor: "Ünlü bir sanatçının kendisini haber yapan gazeteciye 'ahlaksız' gibi ağır ithamlarda bulunmasını ayıplıyorum, ancak bir kadınla oturmuş diye bunu hemen özel bir ilişki gibi vermenizi de tuhaf karşıladım. Bu üslupta olmasa bile eleştiriyi*

*hak ediyor. Bir erkek arkadaşıyla otursa yine haber olur muydu merak ediyorum.” (18.08.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri okurlara seslendikleri yazılarında eleştiri yaparken hangi kriterlere dikkat etmeleri gerektiğinden bahsetmekte ve eleştirinin yerine ulaşabilmesi için çaba harcamaktadırlar.

*“Gazeteci; haber kaynağıyla, olaya ilişkin sorularıyla, haberiyle ve haberleştirmedikleriyle gerçekleri biçimlendirir ve değiştirir. Gazetecinin tercihi bu nedenle önemlidir. Dolayısıyla gazeteci haberi için tercih yaptığında, bu tercihin toplumun ‘şiddet dışı cevaplar’ vermesine fırsatlar yaratacağını unutmayın. (28.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri gazetecilerin, muhabirlerin haber yaparken yaşadıkları zorlukları köşelerine taşıdıkları gibi aynı zamanda okurların da bu haberlerden nasıl etkilendiklerini belirttikleri mektuplarla bir karşılıklı denge bulmaya çalışmaktadır.

*“Nilgün Yüzbaşı adlı okurumuz, çocuğunun kendisine sürekli olarak kumsalda top oynayan o çocuğu kimin öldürdüğünü sorduğunu belirtiyor. Savaşı bir çocuğa nasıl anlatacağını bilemediğini, çocuğunun nefretle büyümesine yol açabilecek herhangi bir ifadeyi kullanmamak için çaba gösterdiğini hatırlatarak şöyle soruyor: “Düşünün ki biz büyükler bile bu fotoğraflar karşısında inciniyoruz. Peki, bu olup bitenden, bu fotoğraflara*

*bakıp öfke ve nefret biriktirenlerden çocuklarımızı nasıl koruyacağız?”  
(21.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Medyanın yanlı olduğu iddia edilen durumlar okur tarafından da algılanmakta ve eleştirilmektedir. Sürekli bir tarafa çekilmeye çalışıldığını hisseden okur bu durumdan şikâyet ederek çeşitli örneklerle çeşitlendirdikleri okur şikâyetlerini okur temsilcilerine göndermektedirler.

Okur temsilcilerinin medyanın yandaşlığıyla ilgili okur mektuplarından referansla çıkan yazıları yine okur temsilcilerinin köşelerinde yer almaktadır.

*“Medya sadece iktidar odaklı habercilik yaparak ya da Başbakan’ın adaylığını öne çıkartan haberler üzerinden oluşan algıyla okuru kazanamaz.  
(14.07.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine okuru bilinçlendirmeye yönelik köşelerinde yer verdikleri duyuru ve gelişmelerden bahseden okur temsilcileri hem tüketicilerin hem de üreticilerin haklarından bahsederek bir ilişki kurmayı amaçlamaktadırlar.

*“7 Nisan 2014 tarihinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, aralarında ünlü markaların da bulunduğu 14 oda ısıtıcısı ve yangın söndürme cihazı tipi için toplatma kararı verdi. Bakanlığın resmi sitesinde ‘elinizde toplatmaya konu ürün varsa üreticisine başvurun’ bilgisine de yer veriliyor. Yani tüketiciler açısından son derece önemli bir haber. (28.04.2014 Milliyet Gazetesi)*

Köşelerinde hem kendi gündem ve fikirlerinden bahsedip hem de bir okur mektubuna yer vererek muhatapları yazılar aracılığıyla bir araya getiren okur temsilcisi hem toplumsal bilinç yaratmaya hem de gazetenin sorunlu köşelerini çözümlenmeye çalışmaktadırlar. Yine bu nedenle köşesinde bir okur mektubuna yer veren okur temsilcisi hem okurun hem de bu konudaki durumun analizini yapmaya çalışmaktadır.

*“Kadir. M. Tarsus adlı okurumuz sağlık alanında hep sorunların öne çıkartıldığını; hastanelerde cihaz olmadığı için ölen hastaların, yanlış tedavi yöntemlerinin, hasta yakınları tarafından dövülen doktorların ya da tıp fakültesinin sayısının nasıl arttığının hep haber olarak değerlendirildiğini*

*hatırlatarak kısaca şöyle diyor: 9. Ulusal Cerrahi Kongresi'nin Başkanı Prof. Dr. Mehmet Faik Özçelik'e okur mektubunu ilettim. Kendisi gönderdiği açıklamada şöyle diyor: "Kongredeki sunumu kamuoyuyla bir hafta sonra <http://www.uck2014.org> sitesinden paylaşacağız. iki yıl boyunca bu sunumlara yer verilecek. Milliyet'e ve okurunuzla bu hassasiyeti için teşekkür ederiz." (21.04.2014 Milliyet Gazetesi)*

Gazetede okurun yeriyile ilgili fikirlerini yine medyanın içinde bulunduğu handikaplardan yola çıkarak analiz etmeye çalışan okur temsilcileri, bu durumun düzelebilmesi için belirli önerilerde bulunmaktadırlar.

*"Gazeteyle okuru buluşturan yol bellidir: Medya sadece iktidar odaklı habercilik ya da etrafa saçılan kasetler ve komplo teorileri üzerinden oluşan algıyla okuru kazanamaz. Demokrasi ve barıştan yana bir hukuk devleti için toplumsal bir bilinç yaratmak taraftar olmanın değil, sorumlu gazeteciliğin bir gereğidir. (31.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okurların bilinçlenmesi ve haklarını savunabilmeleri için yeni yürürlüğe girecek veya girmiş olan yasalardan ve haklardan köşelerinde bahseden okur temsilcileri, okurların bu yeni gelişmelerden haberdar olmalarını sağlayarak okuru bilinçlendirmeye çalışmaktadırlar.

*"Yeni kanuna göre; özel hayatının gizliliğinin ihlal edildiğini iddia eden kişiler, TİB'e başvuracak. TİB Erişim Sağlayıcıları Birliği'nden 4 saat içinde uygulanmasını isteyecek. TİB doğrudan erişim engelleme "emri" de verebilecek. Erişim engelleme kararı 24 saat içerisinde sulh ceza mahkemesine sunulacak, mahkeme de 48 saatlik sürede karar verecek. (10.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Yine bu durumla ilgili olarak uzun yıllardır okur temsilciliği yapan Faruk Bildirici'nin yazıları ve verdiği referanslar diğer okur temsilcileri tarafından köşelerine taşınarak bir söz ve etik kural birliği yapılmaya çalışılmaktadır.

*"Hürriyet Gazetesi Ombudsmanı Faruk Bildirici yeni yasal düzenlemeler yapılırken, özgürlüklerin geliştirilmesi, en azından korunmasının temel alınması gerektiğini hatırlatarak geçtiğimiz hafta "Özel hayatın gizliliği*

*nedeniyle erişimin engellenmesi” konusunu köşesine taşıdı. Bildirici’ye göre sorun yasadaki özel hayatın tanınmamasında: “Bu durumda TİB, özel hayatın sınırlarını nasıl belirleyecek?” diyor...(10.03.2014 Milliyet Gazetesi)*

Farklı gazetelerin okurlarının, okur temsilcilerinin çalıştığı gazeteleri eleştirmeleri ve bunu yaparken diğer gazeteleri örnek göstermeleri okur temsilcileri köşelerinde çoğu zaman okur temsilcisinin kendi gazetesini haklı çıkarmaya çalışan yazıları ile değerlendirilmekte ve incelenmektedir.

*“Hürriyet ve Radikal’de aynı haberlerin çıkması bir okurun dikkatini çekmiş, 18 Ekim’de Twitter’da sordu bana. “Sürekli bir uygulama: ‘İstanbul kaç para eder?’ ve ‘Türk kâhini kaybettik’ haberleri hem Hürriyet, hem de Radikal’de. Nasıl izah edersiniz? Hangi gazeteyi okumalıyız?” Bu soruya, Hürriyet ve Radikal’in bir süredir “ortak haber havuzu” uygulamasına geçtiğini, o nedenle bazen aynı haberlerin iki gazetede birden ortak imzayla yayımlandığı yanıtını verdim. “Mecezey” rumuzlu okur, bu yanıtım üzerine “Haber havuzuna Radikal’in köşe yazısını (Uğur Gürses) kaynak göstermeden kullanmak dahil mi? Bu yayın ilkelerine uyar mı?” dedi. Aynı haberlerin iki gazetede birden yayımlanmasında yazarların da bilgisi olması halinde bir sakınca yok bence. (03.11.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcilerinin kendi gazetelerinde ki haber ve başlıklar üzerinden yapılan eleştirilere karşı cevap vermeden önce bir hazırlık aşamasına girmesi ve konuyu araştırması okur temsilciliği kavramının temel oluşum nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Eleştiri ve cevap yazan okur temsilcileri her eleştiriye cevap vermeden önce derin bir araştırmaya girdiklerini belirten ön açıklama yazıları yazmaktadırlar.

*“Kimi internet siteleri ve gazetelerde, “Hürriyet bu röportajı yaptı ama yayımlayamadı” başlıklarını görünce konuyu araştırdım (10 .11.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kendi köşelerinde hem okurun hem de gazetelerin nasıl baktığına dair çeşitli yazılar yazmakta ve bu durumu belirli nedenlere bağlamaktadırlar. Hem



okurdan hem de gazetelerden gerekli önemi görmediklerine inanan okur temsilcileri bu durumu yazılarında da yer vermişlerdir.

*“Geride bıraktığımız 2013 yılında okurlardan gelen mesajların çetelesini tutamadım. O yüzden sayısal bilgi veremiyorum, ama önceki yıllara göre okur eleştirilerinin azaldığını söyleyebilirim. Kuşkusuz bu değişimin temel nedenini tespit edebilmek ayrı bir araştırma konusu. Umarım bu azalma, Hürriyet’in etik ilkelere eskiye oranla daha çok özen göstermesi ve okurların giderek daha az hataya rastlamasından kaynaklanıyordur. (30.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur Temsilcileri köşelerinde kimi zamanda okurlardan gelen mektuplar üzerine yazmaktadırlar. Bu yazılar bir okurun mektubunun tamamen verilmesinin ardından da okur temsilcisinin kendi görüşlerini yazarak hem toplumsal hem de gazete içi eleştirileri yorumladığı metinlerdir.

*“Okurlarımızdan gelen eleştiriler daha iyi bir gazete, daha iyi haber, daha iyi yorum amaçlarına büyük katkılarda bulunuyor. Gelen eleştirileri ilgili arkadaşlara iletiyorum. Bir bölümüne ise bu köşede yer veriyorum. Bu arada gelen eleştirilerde kimi zaman hakkaniyet ölçülerinin dışına çıkıldığı da bir gerçektir. Hem eleştirilerde hem yanıtlarda daha saygılı bir dilin kullanılmasında büyük yarar var. Eleştiri, tanımı gereği içeriği ile zaten keskindir. Bunu bir polemik havasında sunmaya ise gerek duyulmamalı.” (27.01.2014 Milliyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri kimi zaman da yazdıkları yazılarda kendi yorumlarını vermeden okurun mektubu üzerinden görüşlerini belirtmektedirler. Bu yaklaşım hiç fikir belirtmeden köşesini okura bırakarak okurun sesi olma ve gerçekte kendisinin de hak verdiği düşünceleri kaleme almaktır. Bazı yazılarında tamamen bir okur mektubuna yer verilerek o mektup üzenden eleştiri ve açıklamalara gidilerek hem okura verdikleri değeri hem de gündemin okur gözünden nasıl işlendiğinin ortaya konmasını sağlayan okur temsilcileri hem dil, hem etik hem de siyasi görüşleri ile gazete okurunun bakış açısını analiz edilmesine yardımcı olmaktadır.

*“Bu hafta giriş yazısı yerine bir okurumuzun eleştirisine yer vereceğim. Orhan Kurmuş iletisinde önemli bir iki hataya ve temel bir konuya değiniyor.*

*Aktarıyorum: “Okuma yazmayı öğrendiğimden bu yana, yani 62 yıldır, gazetenizin okuyucu....1. Sarraf ve Erdoğan hakkındaki haberde, hem de iki kez, “aynı karedeki fotoğrafta”deniliyor. Buradan benim anladığım, ortada bir fotoğraf olduğu, bu fotoğrafta çeşitlisayıda kareler bulunduğu, bu karelerin birinde de Sarraf ve Erdoğan’ın birlikte görüldüğü. Güray Bey, bu nasıl bir Türkçe..... İkinci eleştirim daha önemli bir konuda. Geçtiğimiz Cumhuriyet Bayramı’ndan bu yana Türkiye’nin dört bir tarafında ‘Sol Cephe’ diye bir hareket başladı ..... Ne var ki, bugüne dek gazetenizde Sol Cephe’nin oluşumu, düzenlediği toplantılar, yerel seçimlerle ilgili görüşleri konusunda bir tane bile habere rastlamadım. Sanki Sol Cephe konusunda gazeteniz bilinçli ve kararlı bir sansür uyguluyormuş gibime geliyor. ‘Sol Cephe’nin haber değeri yok’ dersiniz, bana susmak düşer ama yayımladığınız başka haberlere bakınca neyin haber değeri taşıyıp taşımadığı konusundaki anlayışınızı belki okuyucularınızın ilerici, demokrat, aydınlanmacı ve yurtsever eleştirisine açmanız gerekir.” (03.02. 2014 Sabah Gazetesi)*

Okur temsilcinin köşesinde taşıdığı okur mektupları okurdan kısa kısa adıyla verilen eleştirilerden farklıdır. Genel olarak biçimsel eleştiriler dışında toplumsal, siyasi eleştirilerin yer aldığı bir alandır. Okur temsilcileri bir nevi sesini duyurmak isteyen okura köşe yazısı yazabilecekleri bir alan yaratmaktadır.

*“Bu haftanın değerlendirmesi de okurumuz Sibel Tunuslar’dan: “Kendini nerede görmek istersen insanların gözünde oraya oturursun, ancak eğer o yeri hak etmeyerek ve bir göz yanılması, illüzyonla bunu sağlamışsan yine o insanlar tarafından alaşağı edilmeye mahkûmsundur. Bugün Başbakan’a olan da budur. Kendini öylesine yükseklerde görmek istedi ki bugün geldiği noktaya bilgi birikimi ve yüksek donanımla gelmediğinden bu balonun bir gün patlaması kaçınılmazdı...0 kuşağı daha klavyedeki tuşlara alışincaya kadar onlar bizlerin bu dönüşümün kaç megabaytta olabileceğine şahit olmamızı sağladı. Onlara özgürlük aşıladık ve bu aşının tuttuğunu görmek sevinç verici. Umarım azmi ve yılmamayı, görev bilincini de aşılayabilmişizdir, çünkü bizler artık onları hükümetlerin oluşumunda görmek istiyoruz. Umudumuz oldular, şimdi de alternatifsizliğimize alternatif*

*olmalarını bekliyoruz. Onlardan çok şey mi istiyoruz? Hayır...”( 01.07. 2013 Cumhuriyet Gazetesi)*

Okur mektuplarından bir derleme yaparak çoğunluğun şikayetlerine yer vermeye çalışan okur temsilcileri aynı konu üzerine gelen şikâyetleri birleştirerek ortak cevaplar yazmaya çalışmaktadırlar.

*“Okur mesajlarında geçen yıllara göre dikkatimi çeken bir değişim de spor sayfalarının birincilikten düşmesi! Eskiden açık ara en çok spor sayfalarıyla ilgili eleştiri ve düzeltme istekleri gelirken bu sayıda da azalma oldu. 2013’te okur eleştirileri, dış haberler ve bulmaca dışındaki servisler arasında birbirine yakın sayılarda dağıldı. Dış haberler ve bulmacalardan yakınların sayısında ise ciddi bir düşüş yaşandı. (30.12.2013 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri yazılarında kendi sayfalarına göre belirli analizlerde bulunarak bu analizleri hafta hafta irdelemeyi amaçlamaktadırlar. En çok gelen eleştirinin dil ve imla hataları olduğunu savunan okur temsilcileri bu konuyla ilgili olarak ta şunları kaleme almaktadırlar.

*“Okurlardan gelen mektuplarda ağırlıklı konulardan birisi gazeteye yöneltilen eleştirilerin amacına ulaşp ulaşmadığı. Bunun zamanla giderilebilecek bir sorun olduğunu öncelikle söylemeliyiz. Haberlerde sık sık rastlanan hataların giderilmesi çok yönlü bir çabayı gerektiriyor. Editörler, düzeltme servisleri, sayfa yapımında çalışanlar sabah başlayan ve akşam saatlerinde hızlanan bir akış içinde dakikaların baskısı altında işlerini yapıyorlar. Bu durum, hata yapmayı haklı göstermese de sürekli aynı hatalar yinelenmemek koşuluyla kabul edilebilir kılıyor. ...”22.12. 2013Hürriyet Gazetesi”*

Okurlardan gelen eleştirileri tüm çıplaklığıyla yayınladıklarını iddia eden okur temsilcileri bu tarz mektupları daha çok genel geçer anlamda kabul gören konular üzerinden vererek herkes tarafından kabul edilecek alanlara yönlendirmeye çalışmaktadırlar.

*“Bunun abartılı bir yorum olduğunu düşünüyorsanız o zaman kadın cinselliğinin fantezi unsuru olarak kullanılması açısından bakabilir ve ‘Onu (Céline Dion) fetheden kişi ise şimdi eşi olan yapımcı Rene Angelil’ cümlesi üzerinde bir daha düşünebiliriz. Hürriyet’in kendini bu kadar da antifeminist, ‘kadının fethedildiği’ bir yerde konumlandırmadığına inanmak arzusundayım. Sayfanın daha fazla ‘tıklanması’, daha kolay reklam alınması için saygınlık kaybı yaşamaya değer mi diye de düşünmek gerek.” (20.01. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Gazetenin okur ile arasındaki ilişkiyi gazetenin tirajıyla ölçerek gazetenin çok satıldığına inanan okur temsilcileri gazetelerinin tirajlarını köşelerinde yayınlayarak okurlara günümüz medyasında en iyi olduklarını kanıtlamaya çalışmaktadırlar.

*“Fakat daha önemlisi Hürriyet okurlarının, Hürriyet Sosyal hızla benimsemesi. Hürriyet Sosyal’e üye olanların sayısı beklentileri aşarak kısa sürede 320 bine ulaştı. Bir gazete ile okurunun arasındaki bağın sağlamlığını göstermesi açısından büyük bir başlangıç rakamı bu. (02.06.2014 Hürriyet Gazetesi)*

Okur temsilcileri köşelerinde çoğu zaman kendi görüşlerine yer verdikleri gibi diğer gazetecilerin ve okurların da kendileri hakkındaki görüşlerine de yer vererek yanlış anlamaları veya hataları düzeltme fırsatı edinmektedirler.

*“Gazeteci büyüğüm Arda Uskan’a özür borçluyum. Uskan, Takvim gazetesinde 18 Ağustos 2010 tarihinde “Hürriyet Okur Temsilcisine Şikâyetimdir” başlıklı bir yazı kaleme almıştı; bir haberi değerlendirmemi istiyor, beni göreve çağırıyordu. (25.08. 2014 Hürriyet Gazetesi)*

Kendi gazetelerinin okur ile ilişkilerini yürüten okur temsilcileri sıkça olmasa da diğer gazete ve gazetecilerin uğradıkları haksızlıklar ve yanlış anlamalar özelinden yorumlar yaparak, uyarılarda bulunmaktadırlar. Bu uyarılar neticesinde hem meslek arkadaşlarını hem de meslek etiğini koruduklarını savunan okur temsilcileri kendi gazete görüşlerine çok zıt bir fikri savunsalar bile gazeteci ve gazetecilik mesleğine sahip çıkmaya çalışmaktadırlar.

*“Türkiye’de siyaset insanları politik malzeme yapabilir. Ama Zaman’ın sosyal medya üzerinden özellikle de kendi meslektaşları tarafından hakaret ve küfürler savrulurken hedef haline getirilmesi üzücü olduğu kadar son derece düşündürücüdür de. (11.08.2014 Milliyet Gazetesi)*



### 4.3.2 Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcisi Köşelerine İlişkin Genel Bulgular

Araştırmanın bu ikinci bölümünde, araştırmada Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yer alan, okurdan gelen şikayet mektupları incelenerek çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde sadece okur temsilcisi köşesinde yer alan okur mektuplarının eleştirileri analiz edilmiştir.

**Tablo 4.1.Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Yayınlanan Okur Şikayetlerinin Analizi**

Gazete ismi	Okur mektubu sayısı	Aylık periyot												
		Eylül '13	Ekim '13	Kasım '13	Aralık '13	Ocak' 14	Şubat' 14	Mart '14	Nisan' 14	Mayıs '14	Haziran '14	Temmuz '14	Ağustos '14	Eylül '14
Cumhuriyet Gazetesi	278	30	28	22	16	26	14	21	33	29	18	11	14	16
Hürriyet Gazetesi	236	23	25	21	18	22	18	20	14	14	20	14	16	11
Milliyet Gazetesi	35	2	2	1	2	2	2	3	5	4	5	3	2	3
Sabah Gazetesi	54	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5
Toplam	603	60	60	49	41	55	38	48	56	51	46	32	36	35

Bu çalışmada, ele alınan dönemde Cumhuriyet gazetesinden “278”, Hürriyet Gazetesi’nden “236”, Milliyet Gazetesi’nden “35” ve Sabah Gazetesi’nden “54” okur mektubu olmak üzere toplam 603 okur mektubu şikâyeti incelenmiştir (Tablo 4. 1). Tablodan en çok okur şikayetini yer veren gazetenin Cumhuriyet en az şikayete yer veren gazetenin ise Milliyet gazetesi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum ortaya koymaktadır ki araştırma kapsamında bulunan dört gazeteden en çok Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi kendi görüşlerinin yanı sıra okurun da görüşlerini önemseyerek okura sesini duyurabileceği bir alan yaratmaktadır. Hürriyet gazetesi okur temsilcisi ise hem okura hem de kendi görüşlerine yer vererek zaman zaman kendi görüşlerini zaman zaman da kendi görüşlerini öne çıkararak yazılar yazmaktadır. Milliyet ve Sabah gazetesi okur temsilcileri ise okurun şikayetleri yerine çoğu zaman kendi görüşlerine yer verdikleri yazılar ile okur temsilciliği köşesini okurun şikayet ve önerilerine en az yer vererek devam etmektedirler.

**Tablo 4.2. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde ki Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Kaynağına Göre Dağılımı**

	Okur	Haber konusu kişi ve kurum	Okur temsilcisi ve diğer
Cumhuriyet Gazetesi	150	97	31
Hürriyet Gazetesi	168	50	18
Milliyet Gazetesi	19	10	6
Sabah Gazetesi	30	17	7

Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde okur temsilcisi köşelerine gelen okur mektupları ilk olarak hangi kaynaklardan geldiklerine göre incelenmiştir. Bu incelemeyle elde edilen bulgulara göre incelenen dört gazetede gönderilen eleştirilerin büyük bir çoğunluğu bizzat okuyucudan gelmektedir. Okuyucudan gelen haber eleştirilerinin sayısı Cumhuriyet Gazetesinde “150” Hürriyet Gazetesi’nde

“168” Milliyet Gazetesi’nde “19”, Sabah Gazetesi’nde ise “30”dur. “Haber konusu kişi ve kurumlardan” gelen eleştirilerinin sayısı Cumhuriyet Gazetesinde “97”, Hürriyet Gazetesi’nde “50”, Milliyet Gazetesi’nde “10”, Sabah Gazetesi’nde ise “17”dir. Geriye kalan az sayıdaki okur mektubu eleştirisi ise “haber kaynağı, okur temsilcisi ve diğer” kategorilerinde yer alan kişiler tarafından yapılmıştır (Tablo 4.2). Araştırma kapsamında incelenen dört gazetede de eleştirilerin büyük çoğunluğunu okur tarafından yapılmakta olması ortaya koymaktadır ki gazete okuru gazete, haber, gazeteci, muhabir ilişkisine dair önemli bir halka adeta bir denetçi durumundadır. Gazete okurunun gazeteye olan bu yoğun ilgisi gazete sahipleri tarafından ciddiye alınarak gazetede hem katılım hem de kendilerini özgürce temsil edebilecekleri bir alana ihtiyaçları olduğunu ortaya koymaktadır.

**Tablo 4.3. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirileri Yapılan Haberlerin Gazetede Ne Kadar Zaman Önce Yayınlandığına İlişkin Dağılımı**

	“Bir hafta önce”	“İki hafta önce	Süresi belli olmayan”
Cumhuriyet Gazetesi	70	25	183
Hürriyet Gazetesi	62	19	155
Milliyet Gazetesi	20	9	6
Sabah Gazetesi	29	8	17

Çalışmada Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde okur tarafından eleştiriye konu olan haberlerin, gazetede ne kadar zaman önce yayınlandığı da incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; “bir hafta önce” yayınlanan haberlerin sayısı Cumhuriyet Gazetesi’nde “70” Hürriyet Gazetesi’nde “62”, Milliyet Gazetesi’nde “20”, Sabah Gazetesi’nde ise “29”. “İki hafta önce” yayınlanan haberlerin sayısı ise; Cumhuriyet Gazetesinde “25” Hürriyet Gazetesi’nde “19”, Milliyet Gazetesi’nde “9” ve Sabah Gazetesi’nde “9”dur. “Süresi belli olmayan” haberlerin sayısı ise “183” Cumhuriyet gazetesinde, “155” Hürriyet Gazetesi’nde, “ 6” Milliyet Gazetesi’nde ve “17” Sabah Gazetesi’nde yer



almaktadır (Tablo 4.3). Bu tablo ortaya koymaktadır ki araştırma kapsamında incelenen dört gazete de okurun şikayetlerine sık veren gazetelerin( Cumhuriyet ve Hürriyet) daha az yer veren gazetelere göre (Milliyet-Sabah) okur şikayetlerini daha geniş zaman dilimleri içinde köşelerine aktardıklarını ve şikayete konu olan haberin zaman ve gündem ile doğru orantılı olması gerekmediği ortaya çıkmıştır. Daha az okur şikayetine yer veren gazeteler ise okur şikayetlerini gündem ile doğru orantılı olarak haftalık periyotlarda değerlendirdikleri ve geniş zamanlı şikayetler yerine daha yakın zamanlı şikayetleri köşelerine taşıdıkları ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.4. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberlerin Gazetede Yayınlandığı Yer Bakımından Dağılımı**

	“ilk sayfalar	Belirtilmemiş	Bulmaca, ekonomi, spor, v.s
Cumhuriyet Gazetesi	79	174	25
Hürriyet Gazetesi	60	151	25
Milliyet Gazetesi	18	11	6
Sabah Gazetesi	27	12	15

Araştırmada incelenmiş olan gazetelerin okur temsilcisi köşelerine okur tarafından gönderilen mektuplarda eleştirilen haberlerin gazetede yayınlandığı sayfalara bakıldığında, okur temsilcisi köşelerinde eleştirileri yapılan haberlerin gazetede ne kadar zaman önce yayınlandığına ilişkin durumu ile doğru orantılı bir tablo ortaya çıkmaktadır. Çok fazla okur şikayetine yer veren gazetelerde daha az okur şikayetine yer veren gazetelere göre şikayete konu olan sayfanın belirtilmediği ortaya çıkarken daha az okur şikayetine yer veren gazetelerinse okur şikayetlerinin hangi sayfada yayınlanma durumunun daha fazla belirtildiği ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında incelenen gazetelerde yayınlanan şikayete konu olan haberin “belirsiz” kategorisindeki durumu Cumhuriyet “174”, Hürriyet Gazetesi’nde “151” Milliyet Gazetesi’nde “11” Sabah Gazetesi’nde ise “12”dir. “ilk sayfalar” Cumhuriyet gazetesinde “79” Hürriyet Gazetesi’nde “60” kez, Milliyet Gazetesi’nde “18” kez ve

Sabah Gazetesi'nde "27" kez rastlanmıştır. Bu sayılar kadar çok olmayan diğer eleştirilen haber metinlerinde bulmaca sayfaları en yüksek üçüncü sayıya sahiptir. Cumhuriyet gazetesi "25", Hürriyet "25", Milliyet "6", Sabah "15" dir (Tablo 4.4).

**Tablo 4.5.Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Haberin Hangi Bölümüyle İlgili Olduğuna İlişkin Dağılımı**

	İçerik	Manşet	Başlık ve İçerik birlikte	Okurun yorumlaması
Cumhuriyet Gazetesi	161	28	19	74
Hürriyet Gazetesi	60	49	39	88
Milliyet Gazetesi	14	2	10	9
Sabah Gazetesi	35	4	5	10

Okur temsilcisi köşelerinde yer alan haber eleştirilerinin en çok, haberin "içeriği" ile ilgili olduğu görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinde haberin içeriği "161" Hürriyet Gazetesi'nde haberin "içeriği" "60" kez eleştirilirken, Milliyet Gazetesi'nde "14" ve Sabah Gazetesi'nde de "35" kez eleştirilmiştir (Tablo 4.5). Bu çıkan sonuç okurların haber metinlerinde, haber içeriklerinden yana sorun yaşadıklarını ortaya çıkarmaktadır. İçeriğin bu kadar çok eleştirilmesini okurun şikayete konu olan haberi kendi kültürel birikimine göre yorumlayarak anlam çıkarması araştırmada göze çarpan bir diğer durumu ortaya çıkartmıştır. Okur gazetede yer alan haberi metinsel anlamda nasıl kodlanırsa kodlansın kendi hayat görüşü ve birikimine göre yeniden değerlendirerek bir anlam bütünü ortaya çıkartmaktadır. Araştırma kapsamında yer alan okur şikayetlerinin hangi bölümlerle ilgili olma durumunda "okurun yorumlaması" başlığı altında Cumhuriyet Gazetesi "74", Hürriyet Gazetesi "88" Milliyet Gazetesi "9" Sabah Gazetesi ise "10" okur şikayetine neden olmuştur. Bu sonuçlar Hürriyet gazetesi okurlarının diğer gazete okurlarına göre daha fazla habere kendi görüş ve düşünceleri ile yaklaştıklarını ve eleştirdiklerini ortaya çıkartmaktadır.

**Tablo 4.6.Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Konularına Göre Dağılımı**

	Dil yanlışları	Haber yazımına, bilgi hatalarına ilişkin şikayetler	Haberde etik	Diğer
Cumhuriyet Gazetesi	88	28	10	56
Hürriyet Gazetesi	109	30	57	40
Milliyet Gazetesi	18	8	8	1
Sabah Gazetesi	15	14	13	12

Haber eleştirilerinin kendi içinde konularına göre dağılımına bakıldığında ise en fazla eleştirilen kategorinin “dil yanlışlıkları” olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu kategori için haberler, Cumhuriyet gazetesinde” 88”, Hürriyet Gazetesi’nde “109” kez, Milliyet Gazetesi’nde “18” kez ve Sabah Gazetesi’nde “15” kez eleştirilmiştir. “Haberde etik sorunlar” ın okur mektuplarında şikâyet edilme oranı Cumhuriyet gazetesi için “10” Hürriyet Gazetesi için “57” kez, Milliyet Gazetesi için “8” ve Sabah Gazetesi için “13” kez olmuştur (Tablo 4.6). Okur şikayetlerine göre yapılan bu değerlendirmede okur temsilcisi tarafından yer verilen okur mektuplarında ağırlıklı olarak dil yanlışlarına yer verilmiş olması daha önce yapılan eleştirinin hangi bölümle ilgili olduğu durumuyla uyum göstermemekte ve burada bir editöryal müdahale olup olmadığı sorusunu doğurmaktadır. Kendi görüşlerine göre şikayete konu olan haberi değerlendirme yetisine sahip olan okurun bu yetisini çoğunlukla dil yanlışları ve imla alanında kullanmış olması okur mektuplarının gazetedeki yayınlanma durumunda bilinçli bir seçim olup olmadığı karmaşasını ortaya çıkartmaktadır.

**Tablo 4.7. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberi Hazırlayan Muhabirlerin Kimliklerinin Açıklanması Durumu**

	Kimliğinin açıklanma durumu	Kimliğin açıklanmama durumu
Cumhuriyet Gazetesi	90	188
Hürriyet Gazetesi	20	216
Milliyet Gazetesi	10	25
Sabah Gazetesi	15	39

Araştırma kapsamında ortaya çıkan bir diğer sonuçta okur tarafından şikâyet edilen haberlerin kimler tarafından yapıldığının açıkça verilir verilmeme durumudur. Araştırma sonucunda “Haberi hazırlayanların kimliği” açıkça belirtilmekten kaçınılmış olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda ortaya koymaktadır ki okur temsilcileri kendi gazetelerinde ve kurumlarında çalışan gazeteci ve medya çalışanlarını korumak için isim vermek yerine kendi aracılık yaparak bir ara yol bulmaya çalışmıştır. Bu durumun araştırma sonucu ortaya çıkan sayısı Cumhuriyet gazetesinde “90” kez belirtilip “188” kez belirtilmemiştir. Hürriyet Gazetesi’nde “216” kez belirtilmezken, sadece “20” kez belirtilmiştir. Milliyet Gazetesi’nde “25” kez belirtilmezken, “10” kez belirtilmiş, Sabah Gazetesi’nde ise “39” kez haberi hazırlayanların kimlikleri belirtilmezken, “15” kez belirtilmiştir (Tablo 4.7).

**Tablo 4.8. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Okur Temsilcileri Tarafından habere dahil olan kişilere Sorulup Sorulmadığına İlişkin Dağılım**

	Okur eleştirilerinin sorulma sayısı	Okur eleştirilerinin sorulmama sayısı
Cumhuriyet Gazetesi	91	187
Hürriyet Gazetesi	77	159
Milliyet Gazetesi	25	10
Sabah Gazetesi	22	32

Araştırma kapsamında Cumhuriyet Gazetesinde yayınlanan okur eleştirisinin “91” i habere dahil olan kişi ve kurumlara sorulurken “187”si başkalarına sorulmamıştır, Hürriyet Gazetesi’nde “77” okur temsilcisi tarafından sorulmuşken, “159”u sorulmamıştır. Milliyet Gazetesi’nde “25” okur temsilcisi tarafından habere dahil olan kişi ve kurumlara sorulmuşken, “10” sorulmamıştır. Sabah Gazetesi’nde ise “22”si habere dahil olan kişi ve kurumlara sorulmazken, “32”si habere dahil olan kişi ve kurumlara sorulmuştur (Tablo 4.8) Bu durum ortaya koymaktadır ki okur temsilcileri köşelerinde yer verdikleri okur şikayetlerini çoğunlukla kendileri cevaplayarak bir dil bütünlüğü sağlamaya çalışmakta ama aynı zamanda okurun muhatabı olarak kendilerini göstererek muhabir, gazete çalışanı ile okur arasına bir mesafe sokmaktadır. Okur temsilciliğinin görev alanı olan okur ile gazete çalışanları arasında ilişki kurma durumunu farkında olarak veya olmadan bir mesafe açılmasına neden olarak engellemektedir.

**Tablo 4.9. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Okur Eleştirilerinin Yanıtlanma Durumuna İlişkin Dağılım**

	Okur temsilcisinin yanıtlama sayısı	Okur temsilcisinin başkalarına yanıtlatma sayısı
Cumhuriyet Gazetesi	110	168
Hürriyet Gazetesi	90	146
Milliyet Gazetesi	6	29
Sabah Gazetesi	15	39

Cevaplanan okur mektuplarının kim tarafından cevaplandığı okurun şikayetine verilen cevabın ne kadar derinlemesine bir araştırma ve özen ile verildiğinin saptanmasında önemli bir kriterdir. Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi “110” eleştiriyi kendi yanıtlarken “168” haber eleştirisi için gazetede diğer çalışanlardan yanıt istenmiştir, Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisi “90”, eleştiriyi yanıtlamış “146” haber eleştirisi için gazetede diğer çalışanlardan yanıt istenmiştir. Milliyet Gazetesi’nde okur temsilcisi “6” haber eleştirisini yanıtlarken, “29” haber eleştirisi yanıtlanmak üzere gazetenin diğer çalışanlarına sorulmuştur. Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi, “15” eleştiriyi yanıtlarken, “39” haber eleştirisini gazetenin diğer çalışanlarına sormuştur (Tablo 4.9). Bu tablo ortaya koymaktadır ki araştırma kapsamında incelenen dört gazetede cevaplanan şikayetlerin çoğunlukla habere dahil olan kişi, kurum ve muhabir tarafından yapılması okurun kendisini ciddiye alındığını hissetmesine ve gazetede bir alanı olduğunu düşünmesini sağlamaktadır.

**Tablo 4.10. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Yanı Sıra Haber Eleştirilerini Yanıtlayanların Kimliği**

	Muhabir	Haber müdürü	Genel yayın müdürü	Diğerleri
Cumhuriyet Gazetesi	84	28	10	46
Hürriyet Gazetesi	85	22	13	26
Milliyet Gazetesi	18	1	7	3
Sabah Gazetesi	15	6	6	12

Araştırma kapsamında gazetelerinde okur temsilcilerinin yanı sıra haber Eleştirilerini yanıtlayanların kimliğinin önemi cevap veren kişinin daha çok kim olduğu ve sorumluluğu kimin üstlendiğinin öğrenilmesi için önemlidir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Cumhuriyet Gazetesinde “84” kez muhabirlerin “28” kez haber müdürünün, “46” kez de “diğer kategorisinde yer alan kişilerin haber eleştirilerini yanıtladıkları görüşmüştür. Hürriyet Gazetesi’nde “85” kez muhabirlerin “22” kez haber müdürünün, “26” kez de “diğer kategorisinde yer alan kişilerin haber eleştirilerini yanıtladıkları görüşmüştür. Milliyet Gazetesi’nde “18” kez muhabir “1” kez genel yayın müdürü ve “3” kez de “diğerleri” tarafından yanıtlanmıştır. Sabah Gazetesi’nde “15” kez muhabir, “6” kez haber müdürü ve “12” kez de “diğerleri” tarafından yanıtlanmıştır (Tablo 4.10).

**Tablo 4.11. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Yanı Sıra Haber Eleştirilerini Yanıtlayanların Okura Karşı Tutumlarına İlişkin Analiz**

	Haklı bulma durum	Haksız bulma durumu
Cumhuriyet Gazetesi	109	59
Hürriyet Gazetesi	99	47
Milliyet Gazetesi	22	7
Sabah Gazetesi	28	11

Cumhuriyet Gazetesinde okur temsilcisi dışında okur şikâyetlerine cevap veren kişilerin “109”unu haklı bulurken “59”unu haksız bulmaktadır. Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisi dışında haber eleştirilerine yanıt verenlerden “99”unu “haklı” bulurken “47”i eleştirileri “haksız” bulmuştur. Milliyet Gazetesi’nde eleştirileri “haklı” bulanların sayısı “22” “haksız” bulanların sayısı ise “7”tir. Bu durum Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi dışında haber eleştirilerine yanıt verenlerden “28”i eleştiri “haklı” olarak değerlendirirken, “11” i eleştirileri “haksız” olarak değerlendirilmiş olduğu gözlemlenmiştir (Tablo 4.11). Bu durum ortaya koymaktadır ki okur temsilcileri genel olarak okur tarafından yapılan şikâyetlerde okuru haklı bularak okur yanlı bir yaklaşımda bulunmaktadır. Bu durumda okurun okur temsilcisine ve daha sonra gazetenin kimliğine güven duymasına ve sesini duyurabileceği bir alana sahip olduğu izlenimini yaratmaktadır.



**Tablo 4.12. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerindeki Okur Şikayetleri Üzerinden Gazetenin Tutumunun Analizine İlişkin Değerlendirme**

	Gazetenin tutumu hatalı	Gazetenin tutumu doğru	Nötr
Cumhuriyet	38	77	53
Hürriyet	30	81	35
Milliyet	3	13	6
Sabah	4	23	12

Yapılan çalışmada ayrıca okur temsilcisi dışında haber eleştirilerini yanıtlayanların eleştirilere ne tür yanıtlar verdikleri de incelenmiştir. Buna göre, Cumhuriyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin “38” kez “gazetenin tutumunu hatalı”, “77” kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru”, “53” kez “nötr” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir.

Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerindeki Okur şikayetleri üzerinden gazetenin tutumunun analizine ilişkin bir değerlendirme gazetenin okura karşı olan yaklaşımı, tarafsızlığı ve ne kadar ciddiye aldığını ortaya koymak için çok önemli bir analiz birimini oluşturmaktadır. Buna göre çıkan sonuç; Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin “30” kez “gazetenin tutumunu hatalı”, “81” kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru”, “35” kez “nötr” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir. Milliyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin “3” kez “gazetenin tutumunu hatalı”, “13” kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru”, “6” kez “nötr” yönünde yanıtlar verdikleri belirlenmiştir. Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi dışındaki kişilerin “4” kez “gazetenin tutumunu hatalı”, “23” kez “gazetenin tutumu doğru”, 12 kez “nötr” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir (Tablo 4.12).

**Tablo 4.13. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan Okur Şikayetleri İlgili Gazetelerde Kimler Tarafından Eleştirildiğine İlişkin Dağılımı**

	Okuyucu	Haber konusu, kurum	Haber kaynağı	Diğer
Cumhuriyet Gazetesi	185	49	15	28
Hürriyet Gazetesi	168	37	16	15
Milliyet Gazetesi	19	12	3	1
Sabah Gazetesi	30	10	9	7

Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri okur temsilcisi köşelerinde yer alan haber eleştirilerinin analiz edildiği bu bölümde, yapılan içerik çalışmasında haberi eleştiren kişilerin sonucu olarak “okuyucuların eleştirdiği yazıların diğer eleştirenlerden daha çok olduğu ortaya çıkmıştır. “Haberi eleştirenler” başlığı altındaki kategorilerden “okuyucu”ların “185” eleştiri ile Cumhuriyet Gazetesi’ndeki toplam haber eleştirilerinin çok büyük bir kısmını oluşturduğu belirlenmiştir “19” eleştiri ile Milliyet Gazetesi’ndeki ve “168” eleştiri ile Hürriyet Gazetesi, “30” eleştiri ile Sabah Gazetesi’ndeki haber eleştirilerinin de büyük bir kısmını yine “okuyucular” oluşturduğundan analizler daha çok “okuyucular” üzerine odaklanmıştır (Tablo 4.13).

**Tablo 4.14. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan Haberlerin İlgili Gazetelerde Ne Kadar Zaman Önce Yayınlandığına İlişkin Dağılım**

	Bir hafta önce	İki hafta önce	Üç haftadan daha uzun zaman önce	Belirtilmemiş
Cumhuriyet Gazetesi	89	31	39	119
Hürriyet Gazetesi	88	36	14	98
Milliyet Gazetesi	20	2	3	3
Sabah Gazetesi	29	3	7	17

Araştırmada ayrıca Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde okur temsilcisi köşelerinde eleştirilen haberlerin “ne kadar zaman önce”, ilgili gazetede yayınlandıkları ile bu haberlerin kimler tarafından eleştirildiklerine bakılarak, okur temsilcisi köşelerinde hangi kesimlerin haber eleştirilerine daha hızlı tepki verdikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; Cumhuriyet Gazetesinde “89” haber yayınlanmasından itibaren ilk bir hafta içinde “31” haber ikinci hafta içinde, “39” haber de üçüncü hafta içinde okuyucular tarafından okur temsilcisi köşesinde eleştirilmiştir, Hürriyet Gazetesi’nde “88” haber gazetede yayınlanmasından itibaren ilk bir hafta içinde “36” haber ikinci hafta içinde, “14” haber de üçüncü hafta içinde okuyucular tarafından okur temsilcisi köşesinde eleştirilmiştir. Aynı durum Milliyet Gazetesi’nde “20” kez birinci hafta, “2” kez ikinci hafta ve “3” kez de üçüncü haftada olarak görülmüştür. Bu durum, Sabah Gazetesi’nde birinci hafta “29” kez, ikinci hafta “3” kez ve üçüncü hafta “7” kez olarak belirlenmiştir. Buna göre, Cumhuriyet Gazetesi okuyucularının gazete içeriğine daha hızlı tepki verdikleri görülmektedir (Tablo 4.14).

**Tablo 4.15. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde Eleştirisi Yapılan Haberlerin gazetenin hangi sayfasında yer aldığı belirtilip belirtilmeme durumuna ilişkin analiz**

	Belirtilme sayısı	Belirtilmeme sayısı
Cumhuriyet Gazetesi	180	98
Hürriyet Gazetesi	117	119
Milliyet Gazetesi	32	3
Sabah Gazetesi	37	17

Her dört gazetede okuyucular tarafından eleştirilen haberlerin, gazetelerin hangi sayfalarında yer aldığına bakmak, hangi kesimlerin hangi sayfalarda yer alan haberleri daha çok eleştirdiği hakkında fikir vermektir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; Cumhuriyet Gazetesi okurlarının “180” kez Hürriyet Gazetesi okurlarının “117” kez, Milliyet Gazetesi okurlarının “32” kez ve Sabah Gazetesi okurlarının da “37” kez eleştirdikleri haberlerin gazetenin hangi sayfasında yayınlandığı belirtilmiştir (Tablo 4.15)

**Tablo 4.16. Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcileri Köşelerinde okurdan gelen Eleştirisi Yapılan okur şikayetlerinin haklı bulunma durumuna ilişkin analiz**

	Haklı bulma sayısı	Haksız bulma sayısı
Cumhuriyet Gazetesi	116	69
Hürriyet Gazetesi	87	81
Milliyet Gazetesi	14	5
Sabah Gazetesi	24	6

Bu araştırmada ele alınan gazetelerin okur temsilcilerinin, haberi eleştiren kesimlere karşı nasıl tepki gösterdiklerine de bakılmıştır. Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi “116” kez haklı, “69” kez haksız, Hürriyet Gazetesi okur temsilcisinin, okuyucular tarafından yöneltilen “87” eleştiriyi “haklı”, “81” eleştiriyi “haksız” olarak değerlendirdiği saptanmıştır. Milliyet Gazetesi okur temsilcisinin ise okuyucular tarafından yöneltilen “14” eleştiriyi “haklı”, “5” eleştiriyi “haksız değerlendirmiş olduğu saptanmıştır. Sabah Gazetesi okur temsilcisinin de, okuyucular tarafından yöneltilen “24” eleştiriyi “haklı”, “6” eleştiriyi “haksız ”şeklinde değerlendirmiş olduğu saptanmıştır. Görüleceği üzere incelenen tüm gazetelerde okur temsilcileri ortak bir şekilde okurun yanında yer almış ve okurun haklı olduğu kanısıyla yazılarını ve cevaplarını yazmışlardır (Tablo 4.16)

**Tablo 4.17. Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberi Hazırlayan Muhabirlerin Kimliklerinin Açıklanması Durumu**

	“Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar”		“Haberdeki etik sorunlar”		“İçerik”		“Diğer”	
	İsim belirtme	İsim belirtmeme	İsim belirtmeme	İsim belirtmeme	İsim Belirtme	İsim belirtmeme	İsim Belirtme	İsim belirtmeme
Cumhuriyet Gazetesi	7	21	3	7	54	34	14	42
Hürriyet Gazetesi	8	22	26	31	74	35	9	31
Milliyet Gazetesi	2	6	2	6	4	14	0	1
Sabah Gazetesi	2	12	4	9	6	9	3	9

Araştırmada ele alınan gazetelerde haberlerin hangi konularda eleştirildikleri ile okur temsilcisinin bu eleştirileri yanıtlarken söz konusu haberleri hazırlayanların kimliklerini açıkça yazıp yazmadığına ve gazete çalışanlarına eleştiri konusunda söz hakkı verip vermediğine de bakılmıştır. Cumhuriyet gazetesi “7” kez, Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi “haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar” konusunda “8” kez, Milliyet Gazetesi okur temsilcisi “2” kez ve Sabah Gazetesi okur temsilcisi de “2” kez haberi hazırlayan muhabirin ismini açıkça belirtmiştir. “Haberdeki etik sorunlar” konusundaki eleştirilere ilişkin olarak; Cumhuriyet gazetesi “3” kez belirtmezken “7” kez belirtmiş, Hürriyet Gazetesi’nde haberi hazırlayan muhabirlerin kimliği “31” kez “belirtilmemiş” olmasına karşın, sadece “26” kez “belirtilmiştir. Milliyet Gazetesi’nde “6” kez “belirtilmemiş” ve “2” kez “belirtilmiştir. Sabah Gazetesi’nde ise “9” kez “belirtilmemiş” olmasına karşın, “2” kez “belirtilmiştir. Dolayısıyla söz konusu bu dört gazete arasında, muhabirin kimliğinin belirtilip belirtilmesi durumu sadece Sabah Gazetesi’nde sayısal ve oransal olarak daha fazladır (Tablo 4.17).

### **4.3.3.Bölüm Okur Temsilcisinin Okur Şikâyetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz**

Okur temsilcilerinin bir medya grubuna bağlı olarak çalışıyor olmaları durumunun, görece özerkliğinin ve kendi yayın kuruluşundan bağımsız hareket etme özgürlüğünü ne derecede etkilediği çalışmada araştırılan bir diğer problem alanıdır.

Buradan hareketle çalışmada okur temsilcilerinin cevapladıkları okur mektuplarından yola çıkarak okuyuculardan ya da habere konu olan taraflardan gelen haber eleştirileri karşısındaki tutumunu ortaya çıkarmak ve çalışmanın örneklemini oluşturan Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin hangi tür okur mektuplarına cevap verdikleri ve bunu yaparken hangi tutumları sergiliyor olduklarının analizi çalışmanın amacı açısından önem taşımaktadır. Yapılan araştırma içerisinde ilgili çalışmaya konu olan gazetelerin ayrıldıkları başlıklar her gazetenin okur temsilciliğine yaklaşımı ve köşelerdeki farklılıklar nedeniyle bazı benzerliklerle birlikte farklılıklar da göstermiştir. Bu durum araştırmanın bu bölümünde yapılan sınıflandırmalarda farklı başlıkların oluşmasına neden olmuştur.

#### **4.3.3.1 Cumhuriyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikâyetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz**

Okur temsilcisi gazetesinde yayınladığı “278” adet okur şikâyetinin yalnızca “93” üne cevap vermiştir. Bu durum ortaya koymaktadır ki okur temsilcisi okur şikâyetlerine köşesinde çok yer ayırmakta ama aynı zamanda cevaplama açısından aynı ilgiyi göstermemektedir.

##### **4.3.3.1.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi**

Cumhuriyet gazetesinde okur temsilcisi köşelerinde yer verdiği okur şikâyetlerini genellikle “Okurlardan kısa kısa” başlığı altında kendi görüşlerinin yer aldığı bölümün altında vermektedir.

## **Okurlardan kısa kısa**

### **Yanıtlar gecikmesin**

**Okur Şikayeti:** Cumhuriyet okuru olarak, başka gazetelerden keyif alamamakla birlikte, gazetemizin daha da doyurucu, yanlışsız olması dileğimdir. Gazetemden, özellikle tarafsız olmasını beklerim. “Okur Temsilcisi” köşesi için teşekkürler. Ayrıca bulmaca ustamız Sedat Yaşayan’dan bir isteğim var. Pazar bulmacasının yanıtı için iki hafta beklemek, bulmaca keyfini bozuyor. Gerekirse kitap armağanını kaldırın ama yanıtlar için bir haftadan fazla beklemeyelim. (Diğer bulmacalarda nedense sık hata yapıyor, umarım bu durum da değişir.) Saygılarımla. Gülçin Özpeker

### **Engelliler gününü görmediniz**

**Okur Şikayeti:** Bugün engelliler günü. Çoğu gazeteye baktım. Sadece engelliler için bugüne özel haber yapan Milliyet gazetesini kutluyorum. Öteki gazeteleri de duyarsızlıklarından dolayı huzurunuzda bir engelli olarak kınıyorum. Saygılarımla. Unutmamak lazım ki HERKES BİR ENGELLİ ADAYIDIR. CUMHURİYET gazetesini hemen hemen her gün alırım, severek okurum. Neden haber yapmadınız engelli günü için? Biz engelliler çok duygusal oluruz. Barış Günaydın

Genellikle köşesinde yer verdiği 5 mektuptan yalnızca 1 tanesine cevap veren okur temsilcisi her hafta bu tutumunu yinelemektedir.

**Okur Temsilcisi Cevabı:** Okurumuz internet sitesinde yayımlanan görsel haberlerle ilgili şikâyetinde, söz konusu haberlerde kadının meta olarak kullanıldığını öne sürüyor ve şöyle diyor: “Sitenizde ekteki ekran görüntüsünde sanırım anlatmak istediğim şeyi bulacaksınız ama ben birkaç sözle belirtmek istedim. Geçen gün sizin de köşenizde başka bir okurdan aynı şikâyetin geldiğini belirttiğinizi öğrendim.

**Okur Şikayeti:** Biz Cumhuriyet takipçileri kadının bir meta olmasından, tecavüze uğrayan keçinin magazinleştirilip hayvan tecavüzlerinin ‘boş’ bir olaya indirgenmesinden, playboyun sadece ‘seks’ diye bağırarak çıplaklığından iğrenen insanlarız. Umarım, çok güzel bir dostumun da çalıştığı bu güzide



*kurum böylesi bayağılıklardan kendini kurtaracaktır. ‘Seks satar’ sözünü hatırlatarak iyi çalışmalar dilerim.” Barış Şen*

#### **4.3.3.1.2 Okuru Haksız Bulma Durumu**

Okur eleştirilerinde kimi zaman gazete ve gazeteciye kimi zamansa okura hak verdiği gözlemlenen okur temsilcisinin köşesinde yer verdiği şikayet ve cevaplar şu şekildedir;

Okur temsilcisi 11 Kasım 2013 tarihinde yayınladığı okur şikayetinde gazetesine yönelik yapılan bir eleştiriyi incelediğini ve okura hak vermediğini belirterek konuya açıklık getirmeye çalışmaktadır.

***Okur Şikayeti:*** “Şafak Pavey’in önce konuşma metnini gazetenizin internet sitesinden okudum, daha sonra videosundan izlerken arada bazı dikkat ettiğim hususları duyamayınca yazınızla videonun kıyaslamasını yapma gereği hissettim. Size Basın Bülteni olarak yazı gelmiş ve onu yayınlamış olabileceğinizi düşündüm ama Meclis’teki konuşması olarak haber yapıldığında sadece meclis kürsüsünde söylediklerini okumak isterdim. Bu nedenle size kendi çözümlememi gönderiyorum. Yazıda sarı renk ile belirtilmiş kelimeler Şafak Pavey’in ağzından çıkan fakat yayınladığınız metinde bulunmayan kısımlardır. Üzeri çizili olan kelimeler ise Şafak Pavey’in kürsüde söylemediği fakat yayınladığınız metinde bulunan kısımlardır. Elif Barut“

***“Okur temsilcisi cevabı:*** Gazetede ki haberi ve konuşma metnini karşılaştırdım. Şafak Pavey’in söylemediği ama haberde yer alan tek bir kelime bile yoktur. Söylediği ama haberde yer almayan kısımlar ise doğal olarak özetlenmiş kısımlardır. Tüm metnin yayımlanması kuşkusuz beklenemezdi.”

Yine başka bir okur şikayetini konunun muhatabı ile görüşerek haklı bulmayan okur temsilcisi bunun nedenini de şu şekilde açıklamaktadır:

**Okur Şikayeti:** “Sitenizde ekteki ekran görüntüsünde sanırım anlatmak istediğim şeyi bulacaksınız ama ben birkaç sözle belirtmek istedim. Geçen gün sizin de köşenizde başka bir okurdan aynı şikâyetin geldiğini belirttiğinizi öğrendim. Biz Cumhuriyet takipçileri kadının bir meta olmasından, tecavüze uğrayan keçinin magazinleştirilip hayvan tecavüzlerinin ‘boş’ bir olaya indirgenmesinden, playboyun sadece ‘seks’ diye bağırarak çıplaklığından iğrenen insanlarız. Umarım, çok güzel bir dostumun da çalıştığı bu güzide kurum böylesi bayağılıklardan kendini kurtaracaktır. ‘Seks satar’ sözünü hatırlatarak iyi çalışmalar dilerim.” Barış Şen  
09.12.2014

**Okur Temsilcisi’nin cevabı:** İnternet sitemizin yöneticisinin konu ile ilgili görüşünü aldım. Şöyledir: “Okurumuzun eleştirdiği haberlere bir göz atalım: Beyaz kadınları boynuna ‘atki’ yaptı haberi, Hintli sanatçı Nate Hill’in, siyah-beyaz ayırımına dikkat çektiği bir fotoğraf performans çalışması. Yani okuyucumuzun bayağılıkla suçladığı haber bir sanat haberi. Okuyucumuzun bakış açısına göre sinema, tiyatro, resim, heykel gibi sanatlarda da kadın unsuru, seks unsuru gösterilmemeli.

#### 4.3.3.1.3 Okur- Muhabir-Okur Temsilcisi

Okur temsilcileri, hem kendi hem de gazeteci arkadaşlarının görev yapma biçimleri ve gazetecilik mesleğiyle ilgili yapılan eleştirilere cevap vererek bu tarz düşünen okurları ikna etmeye ve kendilerini anlatmaya çalışmaktadırlar. Bunu yaparken de köşelerinde hem kendi hem de haberi yapan kişinin görüşüne yer vererek bir bağ kurmayı amaçlamaktadırlar. Bu duruma uygun olarak aşağıda yer alan okur şikayeti ve temsilci cevabı verilebilir.

**Okur Şikayeti:** TRT’de yılbaşı akşamı ilginç sansür! Ünlü sanatçı Zara’nın seslendirdiği ‘Taht Kurmuşsun Kalbimde’ şarkısının, ‘Bırakamam seni ben, Yanımdan gidemezsin, Seviyorsan benimle, Oturup içeceksin’ bölümü ‘Oturup güleceksin’ olarak değiştirildi.” Sayın Zeynep Oral’ın öveceği başka kurum kalmadı da TRT’yi mi övüyor? Saygılarımla. Mehmet Şen

**Muhabirin cevabı:** İyi şeyler alkışlanır ...

*Sayın Mehmet Şen, 40 yılı aşkın meslek yaşamımda ben hiçbir insana, bir kuruma, bir olaya ya beyaz ya siyah -ya iyi ya kötü- “Ya bendensin ya da düşmansın” zihniyetiyle yani toptancı zihniyetle bakmadım, değerlendirmedim. Aksine siyahla beyaz arasındaki bin bir rengi, tonu, nüansı görmeye çalıştım. TRT’nin yanlışlarına ilişkin kaç yazı yazdığımı bilmiyorum ama iyi bir şey yaptığında da alkışlamak görevim diye düşünüyorum. Tutarlılığıma dikkati çektiğiniz için, ilginize teşekkür ederim.*  
*Zeynep Oral.*

***Okur Temsilcisi Cevabı:*** *Okurumuz Sayın Mehmet Şen’in eleştirisini ve yazarımız Sayın Zeynep Oral’ın yanıtını ilginize sundum. Kişisel görüşüm ise şöyledir: TRT’nin yayın politikasının tutarsız, yandaş olduğunu biliyoruz ve hep dile getiriyoruz. Ama bu TRT Haber’in Viyana Filarmoni Orkestrası’nın konserini canlı yayında vermesinin övülmesinin anlamsız ya da yanlış olduğunu göstermez. Nice TV kanalları var ki, yayınlarını öfkeyle izlersiniz, ama bin bir emekle oralarda çalışanların yaptığı güzel işler de vardır. Ve onları görmezden gelmek olmaz. Öyle yapsaydık kendimizi kendimizle sınırlamış, ufkumuzu kendi ellerimizle kapatmış olurduk.*

Okur temsilcisi aşağıdaki örnekte ise yine köşesinde diğer gazete çalışanlarından haber, bilgi ve benzeri akışı sağlayarak okurlara cevap vermektedir. Bunu yaparak hem okurun kimleri ve hangi tür haberlere ilgi gösterdiğini anlamakta hem de merak edilen konuları açıklamaktadırlar.

***Okur Şikayeti:*** *Sn. Cüneyt Arcayürek’in 01.09.2013 tarihli yazısını yeniden okumak istediğimde, yazarımızın 01-30.09.2013 tarihleri arasındaki yazılarının olmadığını gördüm. Sn. Cüneyt Arcayürek bu tarihler arasında köşe yazılarını sürdürdüğüne göre; 01–30.09.2013 tarihler arasındaki Sn. Cüneyt Arcayürek’in köşe yazılarına ulaşamamış olmamın nedenleri hakkında lütfen beni bilgilendirebilir misiniz?*  
*Saygılarımla. Engin Alptekin*

***Okur Temsilcisi’nin notu:*** *Yazı işleri yetkilileri Sayın Arcayürek’in o tarihler arasında izin kullandığını belirttiler.*

Okur mektupları çoğu zaman şikayetlerle ilgili olduğu gibi çok sık olmamakla birlikte gazeteye hatırlatma ve bilgi verme yoluyla haber yazılmasını talep etme şeklinde gelmektedir. Bu tür beklentilerini ve isteklerini okur temsilcilerine ileten okurlar okur temsilcisinden gerekli iletimi ve işlemi yapmasını beklemektedirler. Yine Cumhuriyet okur temsilcisi Öz bu duruma ilişkin kendisine gönderilen bir okur mektubunu inceleyerek gerekli yerlere yönlendirdiğini köşesinden belirtmektedir.

**Okur Şikayeti:** *Sayın Güray Öz, Sayın Doğu Perinçek'in İsviçre'de 7 yıl önce büyük zorluklarla savaşıarak verdiği mücadeleyi kazandığını öğrendim. Uzun yıllar sayısız Türkiye Cumhuriyeti hükümetleri bu Ermeni iddiasına kayıtsız kalmış ve hemen hiçbir mücadele gayreti göstermemişti. Sadece tek başına İsviçre mahkemelerine karşı mücadele eden Doğu Perinçek, Türkiye Cumhuriyeti'ne bu büyük bir zaferi hediye etmiştir. Bu kazanılan adli mücadele Türkiye'ye çok büyük rahatlık getirecek ve Ermeni soykırım iddialarının sonunu getirmese de Türkiye'nin haklılığının temelini oluşturacaktır. İsterdim ki uzun yıllardır okuduğum Cumhuriyet gazetesi bu haberi ana başlıkta versin. Ama yazık 12'nci sayfada alt köşede ufak bir yer ayrılmış. Bu duruma ne kadar üzüldüğümü belirtmek için size yazıyorum. Umarım en kısa zaman içinde ilk sayfanızda büyük ayrıntılı bir haber yazılır. Saygılarla. Prof. Dr. Selçuk Apak*

**Okur Temsilcisi'nin notu:** *Eleştirinizi Yazı İşleri'ne ilettim. Size hak verdiler. Yolsuzluk soruşturmalarının yarattığı haber yoğunluğunun böyle bir aksaklığa yol açtığını belirttiler. Bildiğiniz gibi İsviçre'nin düşünce özgürlüğünü hiçe sayan bu kararı ile ilgili o günlerde Cumhuriyet konuyla yakından ilgilenmişti. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin verdiği ve düşünce özgürlüğünü ilkesel olarak savunan bu önemli karar daha geniş bir yeri hak ediyordu. Yazı İşleri yetkilileri, bu konunun gündemlerinde kalmayı sürdüreceğini belirttiler.*

#### 4.3.3.1.4 Okur'u Haklı Bulma Durumu

Okur temsilcileri kendi gazetelerine yapılan bir eleştiriyi çoğu zaman bertaraf etmeye çalışmakla birlikte kimi zaman hatayı kabul ederek sorun olan kısmı açıklama yoluna da gitmektedirler. Bu kabul ediş hem gazetenin tarafsızlığını hem de okura olan ilgi ve saygının daha da artmasına neden olurken aynı zamanda gazetenin toplum önündeki saygınlığını arttırmaktadır.

**Okur mektubu:** “Yargı öncesi bir olaya ilişkin haber bu şekilde mi yayımlanmalı? Bu mu sorumlu gazetecilik? Haber DHA’dan alınmış ve olduğu gibi yayımlanıyor. Bu haberi yayımlamak zorunda mısınız? Haberde adı geçen şahsın ismi gizlenmiş mi yoksa haberin bir kısmında adını, diğer kısmında soyadını da veririz anlayışı ‘kişilik haklarına’ saygıdan mı kaynaklanıyor? Diğer gazeteler bu hatayı yapabilir ama Cumhuriyet böyle bir haberi yayımlar ve hata yaparsa biz okuyucular ne yapmalıyız? Lütfen gerekli duyarlılık ve özeni gazetemize yakışır şekilde yapalım. İyi çalışmalar dilerim. Erdal Yeşilçimen”

**Okur temsilcisi cevabı:** Okurumuz haklı mı? Evet haklı. İğneyi kendimize, çuvaldızı hak edenlere batıralım. Bu olayda medya kötü, pek kötü sınav verdi. Okurumuzun eleştirdiği bu haber dışında Cumhuriyet konuya dikkatli ve gazeteciliğin temel ilkelerini zedeleden yaklaşıma çalıştı. Ama diğer gazete ve TV kanallarının aynı özeni gösterdiğini söylemek ne yazık ki mümkün değil. Hemen hepsi de “yargısız infaz ”da birleştiler, olayı derinlemesine ele almayı düşünmediler, bir dramın perde arkasını merak etmediler. Gazeteler “canavar anne”, “zalim anne” başlıklarıyla, manşetleriyle doldu taşı. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti yaptığı açıklamada, masumiyet karinesini ve Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’ndeki “yargı” maddesini hatırlattığı madde şöyledir: ...28 ekim 2013

Okur temsilcileri okur şikayetlerine cevap verirken gazetenin ideolojik bakış açısı ve kimliğiyle ilgili sorunlardan çok gazetenin içinde yer alan sayfa düzeni, haberde dil yanlışlığı, internet gazetesi gibi konularda sürekli okuru haklı bulmaktadır. Bu durum şunu göstermektedir ki okur temsilcileri gazetesinin okur kitlesine çok fazla değmeyen ve ideolojik duruşunu yaralamayacak şikayetleri kabul ederek kendi için önemli olan konularda sınırlarını korumaktadır.

**Okur Şikayeti:** Sayın Öz, gazetemizdeki TV programlarının eksik yayımlanması hakkındaki uyarı.dileğimi anında yetkililere iletmeniz sayesinde yayın akışlarını izleyebiliyoruz. Bizleri mutlu ettiniz. Bu kadar kısa zamanda, bu duyarlılığı göstermeniz ülkemizde alışmadığımız bir durum. Sonsuz teşekkürlerimle. Nurhan Balım 14 Ekim 2013

**Okur temsilcisinden cevap:** Okurlarımızın yakınmaları da övgüleri de geçerli. Çünkü zaman zaman tüm TV kanallarının akışına arkadaşlarımız yer veremiyorlar. Bu durumun nedeni sayfa sayısının sınırlılığı. Bu durumu aşabilmek ise ne yazık ki her zaman mümkün olmuyor. Konu arkadaşlarımızın ve yönetimin gündeminde. 4.3.3.1.2 Okur- Muhabir-Okur temsilcisi

#### 4.3.3.1.5 Gazeteci Dayanışması

Kendi köşesinde kendi gazetesinde çalışan bir gazetecinin eleştirilmesine karşı çıkarak gazetecilerin düşüncede özgür bırakılmaları gerektiğini savunan okur temsilcisi bu durumun nedenlerini yazısında açıklamaktadır.

**Okur Şikayeti:** Nilgün Cerrahoğlu'nun 23.01.2014 tarihli Cumhuriyet gazetesindeki "Brüksel'deRiya Yarışı" başlıklı yazısının son paragrafının ilk cümlesini aşağıda bilgilerinize sunuyorum. "Elli yıl önceki ortaklık anlaşması yıllarında hani 'onlar ortak, biz pazar!' diye bir tekerleme vardı." Öncelikle "onlar ortak, biz pazar!" sözü bir tekerleme değil, 1968 kuşağının görüşlerini özlü bir biçimde tanımlayan deyişi, yani sloganıydı. Tekerleme ise "basma kalıp söz" veya masalların başında kullanılan "bir varmış, bir yokmuş" şeklindeki uyaklı sözlerdir. Yaşı müsait olanlar

1968 yılında İTÜ Gümüşsuyu binasının önünden geçtiyse “Onlar ortak, biz pazar!” sloganını büyük bir bez afişin üzerinde görmüş olmalılar. Saygılarımla. Mehmet Şen

**Okur Temsilcisinin notu:** Sayın Şen, Cumhuriyet gazetesinin köşe yazarları farklı görüşleri savunmakta özgürdürler. AB’yi desteklemek ya da tam tersi bu gazetede savunulabilir. Tekerleme’yi de bir üslup öğesi olarak kullanmaktahiçbir sakınca yok. Bu arada ben AB Türkiye ilişkilerinde AB üyeliğinin biryararı olmadığına inananlardanım. “Onlar ortak, biz pazar” sloganını üzerimize geçirdiğimiz çuvaldan elbiselerle İzmit’ten İstanbul’a yürüyerek yaptığımız eylemle kalıcılaştırmıştık. Ama bu bize, size Nilgün Cerrahoğlu’nun farklı bir görüşü savunmasına ve bu sloganı tekerleme olarak nitelemesine karşı çıkma hakkı vermez.

Yine gazetede yapılan bir röportajdan yola çıkarak röportajı yapan muhabirin eleştirilmesine karşı cevap yazan okur temsilcisi bu durumun nedenlerini ve neden röportajı yapan muhabirin haklı olduğunu açıklamaya çalışmaktadır.

**Okur Şikayeti:** Gazetemiz Cumhuriyet’in 08.12.2003 tarihli sayısının 16’ncı sayfasındaki tiyatroyla ilgili röportaja değinmek istiyorum... Ülkemizdeki genç gazetecilerin büyük çoğunluğunun röportaj. söyleşi yaparken, baştaki “tanıtım” bölümünde düştükleri ‘garip’ bir durum var. Değindiğim röportaj da öyle başlıyor: 25 yıl Devlet Tiyatroları’nda oyuncu, yazar ve yönetmen olarak görev yaptınız ve 2000’de emekli oldunuz. Kendi özel tiyatronuzu ise 2001’de kurdunuz (...) Bu sözleri niçin konuğunuza söylüyorsunuz? O zaten biliyor bunları! Doğru ve mantıklı olan; konuğunuzu üçüncü tekil şahıs olarak almak ve “okuyucuya”tanıtmaktır!.. Saygılarımla. Yaman Tüzcet

**Okur Temsilcisinin notu:** Eleştirinizde sık kullanılan bir klişeye yer vermişsiniz. Söyleşiyi yapan gazeteciler bu türden girişleri görüştikleri kişiyle sıcak bir ilişki kurmak için kullanırlar. Bizim asıl derdimiz söyleşiler değildir, yazılı basında röportaj türünün giderek unutuluyor olmasıdır. Bildiğiniz gibi söyleşi ile röportaj sık sık karıştırılıyor. 13 ocak 2013

#### 4.3.3.1.6 Orta Yol Bulma Çabası

Okur temsilcisi köşesinde gazetesine yöneltilen eleştirileri değerlendirirken bazen haklı ve haksız cevabından ziyade ortak bir pay bulmaya çalışarak cevaplamaktadır. Bunun nedeni olarak da sorun olan durumun çeşitli yönlerinin değerlendirilmesini yaparak hem okuru rahatlatmayı hem de şikayet nedenini ayrıntılı olarak ortaya koymayı amaçlamaktadırlar.

**Okur Şikayeti:** *SCB dağılmadan önce bu ülkeye yanlış olarak yaygın biçimde Rusya derdik. Her Sovyet yurttaşı da Rustu bize göre. Oysa bir ülkeden on beş ülke çıktı. Bu bizim özensizliğimizin bir göstergesi. İngiltere ve İngiliz konusu da aynen böyle. Ortada üç kavram var: İngiltere, Büyük Britanya, Birleşik Krallık. Her biri farklı şeyler ve buna karşın biz yukarıda değindiğim özensizliğimizin de etkisiyle yaygın olarak hepsine birden “İngiltere”; İskoç, Galli ve Kuzey İrlandalıya da “İngiliz” deme toptancılığını benimsemişiz. Siz de bunu galatimeşhur olmuş diyerek bence mazur göstermeye çalışıyorsunuz. İngiltere ülkenin sadece bir bölümüdür. Büyük Britanya demek bile ülkenin bütününi anlatmaya yetmez. Çünkü bu ad, ülkenin Britanya Adası’nda bulunan bölümlerini kapsar: İngiltere, İskoçya ve Galler. Bir de komşu adada bulunan Kuzey İrlanda vardır ki o da aynı ülkenin parçasıdır. Ülkenin tam adı “BüyükBritanya ve Kuzey İrlanda Birleşik Krallığı”dır. Buna kendileri kısaca “UnitedKingdom” der. Biz “Birleşik Krallık” deriz, daha doğrusu dememiz gerekir. Bütün dünya da bunu kendi dilinin sözcükleriyle söyler. Bütün bu kavramları bir tek İngiltere sözcüğünün sınırları içine hapsetmek, verilmek istenen anlamı verememize yol açar. Bu da bizim açımızdan az buz kayıp değildir. Cumhuriyet gibi bir gazeteye yakışan, “doğru”nun izinden ayrılmamak olmalıdır. Saygılarımla.*

*Emre Yazman*

**Okur temsilcisinin notu:** *Nasreddin Hoca'nın dediği gibi, bu davada herkes haklı. Siz de haklısınız. Birleşik Krallık demeliyiz. Ama medyada siz hiç İngiltere Kraliçesi yerine Birleşik Krallık Kraliçesi diye yazıldığını, söylendiğinigördünüz, duydunuz mu? Wikipedia'nın Almancasında bu konu şu şekilde yer alıyor: “Gelegentlich wird England synekdochisch für das Vereinigte Königreich Großbritannien und Nordirland oder für die gesamte InselGroßbritannien gebraucht.”: “İngiltere, genellikle Büyük Britanya*



*Birleşik Krallığı ve Kuzey İrlanda ya da Büyük Britanya Adaları ile eşanlamli olarak kullanılır.”*

Okur temsilcisi hem yazılı gazeteye hem de internet gazetesinde gelen okur şikayetlerini cevaplamaya çalışırken hem etik değerler hem de gazetesinin imaj ve kurum kimliğini zedelemeyecek anlatılarda bulunmaktadır. Bunun nedeni de hem kendi gazetesini haksız göstermemek hem de okurun haklılığını ortaya koymaya çalışmaktır. Okur temsilcisinin arabuluculuk görevi yine bir okur şikayetine verdiği cevapta göze çarpmaktadır.

**Okur Şikayeti:** *Sayın Okur Temsilcisi, Cumhuriyet bizim gazetemiz, Cumhuriyet bir ideoloji gazetesi; Cumhuriyet, gerçeklerin aynası. Fakat, uzunca bir süredir <http://www.cumhuriyet.com.tr>. adlı haber portalınız gazetenin duruşundan farklı tavır sergiliyor. Biz eğer sansasyon ve magazin haberleri istesek inanın piyasada çoğunluğu yandaş medyaya ait olmak üzere çok gazete var. Hem de çok ucuz. Ama biz Cumhuriyetçiyiz. Örnekleme gerekirse, 20.04.2014 11.45'te bir haber vardı. İşte Demet Akalın'ın kızı Hira diye duyurulmuş hem de Twitter üzerinden önemli habermiş gibi paylaşılmış. Yine bir gün önce “Ağlayarak Erdoğan'dan yardım isteyen Petek Dinçöz'e Can Tanrıyar'dan yanıt geldi” başlıklı haber <http://www.cumhuriyet.com.tr> 'de. flaş olarak verilmiş. Pes! Üstelik bu iki habere sosyal medya üzerinden “Cumhuriyet'e yakışmıyor” türünde tepkiler geldiği halde kullarını kıpırdatmadılar. Siz eğer kabul ediyorsanız bu tür haberciliği, susmak en iyisi. Aynısının, Galatasaray Odeabank kadın takımı Avrupa şampiyonu olduğunda işi ağırdan aldığı, yine Fenerbahçe'nin Avrupa ikinciliğine (masa tenisi) ilgisiz kaldığını da hatırlatırım. Saygılarımla. Doğuş Kartal*

*Okur Temsilcisi'nin notu: Magazin haberleri hem gazetelerin hem internet sitelerinin vazgeçilmezleri arasında. Kuşkusuz magazinde de haberin olmazsa olmaz özelliklerini aramak zorundayız. Kimi zaman zaten ince bir çizgi üzerinde öteki tarafa kaymamaya çabalamak zorundasınız, kimi zaman da kaynaktan olduğu gibi aktarmak hatalara yol açabiliyor. Cumhuriyet internet sitesinin bu konuda titiz olmaya çalıştığının, diğer sitelerde olduğu gibi kadını meta olarak gören bulaşıcı anlayışlara kapılarını kapattığının tanığıyım. 28 nisan 2014*

#### 4.3.3.1.7 Referans Mektup

Kimi okur şikâyetlerinin başka bir okur mektubunu referans vermesiyle okur temsilcisi daha önce yayınladığı mektup üzerinden bir bütünleştirici değerlendirme yapmaya çalışmaktadır. Bu değerlendirmeler hem ilk mektubu hem de diğer mektupları kapsayacak ve daha önceki cevabının tam tersi olacak bir görüş ile oluşmamakta tam tersi hem gazetenin tutumunu hem de okur temsilcisinin tutumunu istikrarlı gösterecek biçimdedir.

**Okur Şikayeti:** *Ben de bir Cumhuriyet okuruyum; üç aşağı beş yukarı elli yıllık. Gazetemizin eleştirilecek çok yanı yok sanıyordum; bilinir ki sevenler, sevdiklerinin kusurlarını görmezmiş. Bu Okur Köşesi beni etkiledi sanırım; meğer Cumhuriyet okuru ne kadar dikkatli imiş, nelere dikkat edebilirmiş... Benim, eleştiri değil, küçük bir sorum var: Okurlarınızdan Orhan Kurmuş'un eleştirisini olduğu gibi Okur Köşesi'ne aktarmış, bir yanıt vermemişsiniz. Verebileceğiniz yanıtın ne olabileceğini bilemedim. Dahası, kendimi solda hissederim ama bu "Sol Cephe"den haberim yok. Neden bilgilenemiyorum; şimdi de gazetem, bu cepheden haberimin olmasını neden istemiyor diye merak ediyorum. Başarılı çalışmalar diliyorum. Saygılarımla. Ümit Aloğlu*

**Okur Temsilcisi'nin notu:** *Sol Cephe ile ilgili haberlerin hak ettiği ölçüde yer almaması sanırım teknik nedenlere bağlı. Yoksa bu gazetenin kimi yazarları aynı zamanda Sol Cephe çağrısına imza da attılar. Işık Kansu köşesinde birkaç kez Sol Cephe'den kapsamlı olarak söz etti. Bir de bu türden konuların iki tarafı olduğunu da dikkate almak gerekir. Sol Cephe'nin iyi bir tanıtım stratejisi, kendini anlatma çabası var mı, yoksa basın bildirileri ile mi yetiniyor, doğrusu bilemiyorum. 10 Şubat 2014*

#### 4.3.3.1.8 Kısa Cevaplar

Okur temsilcisi okur şikayetlerinde okurun çok önem vererek ve ayrıntılı bir biçimde analiz ederek yazdığı mektupları cevaplarırken, okur ile aynı uzunluk ve ayrıntıya tam olarak girmeden kısa bir cevaplama yaptığı yine okur temsilcilerinin köşelerinde göze çarpan örneklerdendir.

**Okur mektubu:** Sayın Yetkili, iyi niyetinize sığınarak birkaç konuda (yapıcı) eleştiride bulunmak istiyorum. 11.04.2014 tarihli gazetenin 14'üncü sayfasında yazan, sinema yazarımızSungu Çapan'ın "Nymphomaniac-İtiraf" filmini konu alan yazısının dokuzuncu paragrafında iki defa "Bach" adına yer verilmiş, birincide değil, ikincide "Bach" adı kalın (bold) harflerle yazılmıştır. Aynı yazın üst başlığında Danimarkalı yönetmenin adı "Lars von (v küçük) Trier" olarak yer alırken, 14'üncü paragrafında yönetmenin adı "Von (v büyük)" şeklinde yer almıştır. Kaldı ki "von" isim değil, yönetmene sonradan verilmiş soyluluk unvanıdır. Ayrıca yazının üst ve alt başlıklarındaki tırnak işaretleri, tek tırnak değil çift tırnak (yazının içinde olduğu gibi) olması gerekirdi. Sayın Özgen Acar'ın 11.04.2014 tarihli yazısında, ABD Merkez Bankası'ndan bahsederken "Federal Rezerv'in (FED)" şeklinde yazmıştır. Yazıdaki "FED" in, "Fed"(son iki harfi küçük) şeklinde olması gerekmez miydi? Eğer Sayın Acar'ın yazdığı doğru ise, gazetemizin 21 Mart 2014 tarihi dahil, daha önce "Fed" şeklinde yazılanlar mı yanlıştı? Ayrıca 17.04.2014 tarihli gazetemizin 16. sayfasındaki, Figen Atalay'ın YÖK ile ilgili haberinde "YÖK Başkanı Prof. Dr. Gökhan Çetinsaya, Türkiye'de önümüzdeki 10 yıl için 55 bin öğretim elemanı, 25 öğretim üyesi ve 300 bin araştırmacıya ihtiyaç olduğunu söyledi." Bu haberdeki "25 öğretim üyesi" rakamı yanlış olabilir mi? Saygılarımla. Ali Durmaz

**Okur Temsilcisinin notu:** Kurumlarla ilgili kısaltmalarda büyük harf kullanılması kuraldır. NATO, CIA, TBMM gibi... 21 nisan 2014

#### 4.3.3.1.9 Okur Temsilcisinin Görev Alanı

Gazetelerin içerikleriyle ilgili yazılan okur şikâyetlerini köşelerinde yer vererek cevaplayan okur temsilcileri hem kendi gazetelerinin yayın politikasına dair bilgiler vermekte hem de okurun soru sormasına neden olan durumun açıklığa kavuşmasına çalışmaktadır. Bu ve benzeri durumlarda okur temsilcileri şikayette bulunan okurun nezdin de tüm okurlara seslenerek hem içerik hem de biçimle ilgili olan sorunları çözmeyi amaçlamaktadırlar. Kimi zaman bu durumun yeterli olmadığını düşünen okurlar, okur temsilciliği köşesi ve okur temsilcisinin görev tanımının yeniden yapılmasını talep ederek eleştiride bulunmaktadırlar.

**Okur şikayeti:** *Okur temsilcisi' ne işe yarar? Başlıktan şunu anlıyorum: Gazete okurlarının öneri ve görüşlerini önemseyip onların isteklerine uygun bir yayın politikası izlemek. Okurun istediği basit şeylerdir. Örneğin eskiden olduğu gibi TV sayfası istiyor. Köşe yazarlarının uzun oluşundan yakınıyor. Çok mu zor TV sayfası sunmak? Otomobil sayfasının ne işi var Cumhuriyet'te? Kaç Cumhuriyet okurunun otomobil alacak parası var ki? Milyon doları, Avro'su ve hisse senetleri olan Cumhuriyet okurları da yoktur. Buna rağmen bunca ekonomi sayfası neden? Ekonomi yazarları yeterli bilgileri de veriyorlar zaten. Gazetenin 2. sayfasında makaleler, yetkin ve uzman kişiler tarafından zaten yazılıyor. Her köşe yazısının makale olması gerekmez. Önemli olan en kısa yoldan gündemi yakalamak. Bu istekler yüzlerce okuyucu tarafından dile getirildi! Dikkate almıyorsanız "Okur Temsilcisi" neden var? Saygılar. Hasan Çatak*

**Okur Temsilcisi'nin görüşü:** *Okur temsilcisinin görevi sizin de belirttiğiniz gibi okurların dilek, eleştiri ve önerilerini editörlere, gazete yönetimine aktarmak. Bu köşede aktarılan görüşlerin okurların tümünün istekleri olduğunu, genel kabul gördüğünü söylemek sizin de hak vereceğiniz gibi doğru olmaz. Örneğin köşe yazarlarının uzunluğu konusunda farklı görüşler var ve bunlara da bu köşede yer verildi. Otomobil sayfasının çok sayıda okuru olduğunu bilmenizi isterim. Ekonomi sayfaları ise gazetelerin hiçbir koşulda vazgeçemeyecekleri sayfalardır. Çünkü ekonominin durumu, gidişi insanların gelir durumuna bağlı olmaksızın ilgi alanındadır, hele Cumhuriyet okurunun kesinlikle ilgi alanındadır. TV sayfası konusunda sizinle aynı kanıyı*

*paylaşıyorum ve bu isteğin daha fazla zaman yitirmeden gazete yönetimi tarafından yerine getirileceği konusundaki umudumu koruyorum.*

#### **4.3.3.2 Hürriyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikayetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz**

Hürriyet gazetesi okur temsilcisi köşesinde “236” okur şikâyetine yer verirken bunların yalnızca “81” tanesine cevap vermiştir. Yapılan şikâyet ve verilen cevapların analizi aşağıda açıklamalarla gösterilmiş ve bu tutumun nedenleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

##### **4.3.3.2.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi**

Okur temsilcisi köşesini sadece okurların değil tüm gazete çalışanlarının takip ettiğini düşünerek okur şikâyetlerinin hepsini yanıtlamadan yayınlayıp gerekli birimlerin bu konular üzerine dikkat etmelerine neden olmaya çalışmaktadırlar.

Hürriyet okur temsilcisi köşesinde her hafta ortalama “5” e yakın şikayete yer verirken bunların sadece bir veya iki tanesine cevap vermektedir.

***Bora Kılıçoğlu.Kadir Okur:** İki haftadır spor sayfalarınızda “Antalya’dan tek kurşun”, “Gekas’tan son dakika kurşunu” gibi başlıklar atıp, spor ve kurşunu bir araya getiriyorsunuz. Kurşun, vurmak, öldürmek imgeleri şık değil. Spor müsabakasında atılan gol, kurşun değil sadece bir goldür. (21 Eylül)*

***Emre Yomralıoğlu:** 26 Eylül’de sporda başlık; “Kaptan Emre ve taraftarlarla tartışan yıldız oyuncu, Akhisar maçında da sahada olacak”!*

***Okur temsilcisi cevabı:** Okur uyarısında haklı. “Olacak” şeklinde yazılması gerekirdi.*

***Mehmet Tosun.Tunca Enercan:** Haber içlerinde kullanılan videolar otomatik olarak oynuyor. Kendi isteğimiz dışında videonun oynaması sıkıntılı durumlara sebep olabiliyor. Kotalı internet kullanıcıları olumsuz etkileniyor.*

***Faruk Erdem:** Doğu Türkistan'da 50 insan öldürüldü, hiçbir şey yazmıyorsunuz.*

***Okur temsilcisi cevabı:** 26 Eylül'de "Çin kanlı günü doğruladı" haberinde 40 Uygur'un öldürüldüğü yazıyordu.*

#### **4.3.3.2.2 Gazetenin Tanıtımı**

Okur temsilcileri kendilerine gelen okur şikâyetlerini çözümlenmiş veya çözümlenmesi yakın olan konuların haberlerini verebilmek için kullanmakta ve hem gazetelerinin tanıtımını hem de okurun beklentilerinin cevabını vermeyi amaçlamaktadırlar.

***Okur Şikâyeti:** Orhan Kılıç: Hurriyet.com.tr'de spor sayfasının bisiklet bölümüne baktınız mı? Bir-iki yerel bisiklet haberi, bir de geçmiş gitmiş Fransa bisiklet turundan birkaç başlık. "Düşerken bile poz verdi" ve "Bisiklet tutkusu bir başka" başlıkları ile iki de absürt haber eklediniz mi görev tamam. İspanya bisiklet turu haberleri nerede? Maalesef yok. Hamburg turu ile de bir bilgi yok.*

***Okur temsilcisi Cevabı:** Bisiklet sayfası taslak bir çalışmaydı. Gerekli hazırlıklar tamamlandı. Artık bisiklet sayfası sürekli yenilenen, aktüel bir sayfa halinde...)*

#### **4.3.3.2.3 Okur Temsilcisinin Cevap Verme Biçimi**

Okur temsilcileri çok başarılı hamlelerle haberde yaptıkları hata ve yanlış kullanımları kendi lehlerine çevirerek hem okurun şikâyetini çözümleyip hem de ilginin başka yöne kaymasına neden olabilmektedirler. Buna örnek olarak haberde yanlış bilgi ve hatalı dil kullanımına ilişkin bir şikâyet mektubu yazan okura cevap veren okur temsilcisi bu şikâyetlere hiç değinmeden sadece haberin devamını yazarak konuyu noktalamıştır.

**Okur Şikayeti:** Deniz Kambal: Kabataş iskelesindeki belediye otobüsü kazası haberinin başlığında Kübra Dere adlı genç kızın bacağının koptuğunu yazdınız. Ama haberde, bacağında çok sayıda kırık olduğu belirtiliyordu. Bir gün sonraki haberde ise “bacağın kopma noktasına geldiğini” bildirdiniz. Demek kopmamış!

**Okur temsilcisinin cevabı:** Maalesef o genç kızın bacağı ameliyat sonrası kesilmek zorunda kalındı.

Haberlerde verilen bilginin yanlışlığıyla ilgili yapılan okur şikayetlerinin cevaplanmasına örnek olarak yine aşağıdaki okur mektubu ve cevap verilebilir.

**Okur Şikayeti:** Mustafa Sağlamer: 9 Haziran tarihli Hürriyet’te, “Kabataş’ta pilav günü”yle ilgili haberde, Mesut Yılmaz bu okuldan mezunmuş gibi gösterilmiş. Oysa Yılmaz Avusturya Lisesi’nde başlayıp İstanbul Erkek Lisesi’nden diploma aldı.

**Okur temsilcisinin cevabı:** : Yılmaz, Kabataş Lisesi mezunu değil. Oradaki törende anılan Feyyaz Tokar yakın arkadaşı olduğu için katılmış.

Sadece toplumsal ölçekte büyük olay olarak değerlendirilen hadiseler değil aynı zamanda mahalli veya kent haberlerindeki hataların da cevaplandığı okur temsilcisi köşelerinden bir başka düzeltme şikayet ve verilen cevap yine aşağıda gösterilmektedir.

**Adil Vahapoğlu:** Sivasspor Başkanı Mecnun Bey’le alakalı, Hürriyet gazetesinde haberlere rastlıyoruz. Ancak soyadı olarak bazen Odyakmaz, bazen de Otyakmaz yazılıyor? Başkanın soyadının doğrusunu yazarsanız seviniriz.

**Okur temsilcisinin cevabı:** Başkanın soyadının doğrusu Otyakmaz.

Okur temsilcisi kimi zaman kısa cevaplarla okur şikâyetlerini cevaplarırken bazı durumlarda da köşelerini tamamen bir mektuba ayırarak hem mektubun sahibine hem muhatabı olan kişilere hem de kendi görüşlerine yer vermektedir. Bu tarz şikâyet ve cevaplar çoğunlukla gazete de yer alan bir haberin sunumu ve etkisi üzerine konumlanmaktadır.

**Okur şikayeti ve okur temsilcisi yorumu:** “Okur Temsilcisi olarak, bir okurun yayımlanan bir yazıya “Ben gazetenize böyle bir mektup

*göndermedim ”diye itiraz etmesine ilk kez tanık oldum. O nedenle Eda Çitçi'nin mektubunu şaşkınlıkla karşıladım: “2003 yılında Milliyet'te Anneler gününde çıkması için anneme yazdığım yazının 10 Mayıs 2014 tarihinde gazetenizin Güzin Abla köşesinde yayınlanmasının etik bir davranış olmadığı kanısındayım. Ben ya da ailemizden hiç kimse bu yazıyı Güzin Abla köşesinde yayınlanması için göndermedik. Ailemiz sıkıntılı bir dönemdeyken bu yazının yayınlanması hoş olmadı.” Öncelikle Güzin Abla köşesinde yayımlanan “Ellerini öpemedim ama toprağını öpeceğim anne” başlıklı okur mektubuna baktım. Yaşamını yitiren anneye yazılmış, etkileyici, duygusal bir metindi. Okurun itirazının gerçeği ne denli yansıttığını anlamak için 2003 yılında Milliyet'te yayımlandığı söylenen ilanı aramaya giriştim. Bulundu da... Gerçekten bu metin, 9 Mayıs 2004 tarihinde Milliyet'in sadece Çukurova baskısında “Can annemize” başlığıyla ilan olarak çıkmıştı. Milliyet'teki ilan metni ile 2014'te Güzin Abla'da çıkan metin birebir aynıydı. Ancak arşivi tararken yeni bir bilgiye rastladım; bu mektup, ilan olarak Milliyet'te çıktıktan bir yıl sonraki Anneler Günü'nde, Hürriyet'te yine Güzin Abla köşesinde yer almıştı! Metni, 7 Mayıs 2005'te “Ölüm sana yakışmadı anne” başlığıyla yayımlayan Güzin Sayar'dı. 2006 yılında Sayar'ın yaşamını yitirmesinin ardından bu köşeyi kızı Feyza Algan hazırlamaya başlamış; Algan da aynı mektubu aradan dokuz yıl geçtikten sonra yeniden yayımlamıştı. Okurun eleştirisini Feyza Algan'a da ilettilim. Algan, yazıyı Milliyet'ten almasının kesinlikle söz konusu olmadığını vurguladı.”*

Hürriyet okur temsilcisinin okur şikayetlerini cevaplarırken gösterdiği tutum diğer okur temsilcilerinden görece farklı olmaktadır. Hürriyet okur temsilcisi daha net ve doğrudan girdiği konulara daha kısa ve okurun şikayetine değil şikayet edilen nedenin çözümüne ilişkin cevaplarda bulunmaktadır. Bu duruma ilişkin verilen örnek aşağıda yer almaktadır.

**Süleyman İşcanlı:** 28 Nisan'da, “Via Amerika” başlıklı yazıda “Türkiye'nin ilk Outlet'inin Via Port” olduğu iddia ediliyor. Normal bir yazı mı yoksa reklam mı bilemem. Ancak Torunlar Grubu'nun Antalya-Alanya yolu, Havaalanı kavşağında yaptığı Deepo Outlet, Via'dan en az beş yıl önce açıldı.

**NOT:** Evet, Depo 2004 yılında açılmış; Via ise 2008'de faaliyete geçmiş.



#### 4.3.3.2.4 Uzman Görüşü

Hürriyet okur temsilcisi kendi gazetesine yöneltilen okur eleştirilerine cevaben verdiği yanıtlarda kendi gazetesini ve çalışanlarını haksız göstermemek için çoğu zaman hatalı olan kısmı başka kişiler ve kurumlarla ilişkilendirerek gazetesinin aklanmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki okur şikayeti ve yanıtı verilebilir.

*“8 Mart’tan bu yana ulaşılamayan uçağın kara kutularının ömrü 30 günle sınırlı. Dolayısıyla bugünden itibaren bulunsalar bile hiçbir veriye ulaşmak mümkün olmayacak.” Serdar Ertekin adlı okur, haberdeki bu bilgiye itiraz etti. “Uzman değilim ama belgesel izlerim” diyerek kendisini tanıtan Ertekin, “Kara kutudaki enerji kutunun yerini belli etmek içindir ve tükendiğinde içinde kayıtlı olan bilgi yok olmaz” görüşünü savundu.*

*Ben de okurun bu eleştirisini havacılık uzmanı ve Kokpit programı yapımcısı Uğur Cebeci’ye sordum: “Okuyucumuz haklı. Kara kutularda sinyal sistemi bir bataryadan beslenir. Süresi 28-38 gün arasında değişim gösterir. Sinyal sistemi ile verileri kaydeden sistem grubu arasında bir bağ yoktur. Uçaklarda iki kara kutu vardır. Birisi kokpitteki son konuşmaları saklayan CVR adını taşır. Diğeri ise uçuş datalarını-parametrelerini saklar. Buna da FDR denir. Bu iki kayıt sistemi aslında bildiğimiz teyp gibidir. Ama çok dayanıklı özel bantlar kullanılır. Kara kutular içindeki bu sistemler yüksek ısıya dayanıklıdır, su altında bazen yıllarca bozulmadan kalabilir. Kara kutular kaza sırasında parçalansa da elde kalan bantlar dinlenir ve önemli ipuçları elde edilebilir. Bir de kara kutular siyah renkli değildir. Kötü haber taşıdıkları için bu ad verilmiştir. Her yerde kolay fark edilsinler diye oranj rengindedir. Yani portakal rengi gibi dış boyası vardır.”Cebeci de okuru doğruladığına göre, uluslararası medyadan toplanan haberde ya yanlış çeviri söz konusu ya da yanlışlık haberin kaynağında...*

Yine hatanın kendilerinden kaynaklanmadığını ortaya koymak için çeşitli kurumların kullanımından bahseden okur temsilcisi haberde geçen bir dil bilgisi yanlışlığının nedenini aşağıdaki gibi açıklamıştır.

**Okur Şikayeti:** *Ali Alkan: Sirkeci'deki üzücü kazayı anlatırken tüm televizyonlar, gazeteler ve 40 yıldır okuru olduğum Hürriyet aynı hatayı yaptı. Araba taşıyan gemiye “araba vapuru” denir sizlerse “arabalı vapur” tutturup gittiniz! Yolcu taşıyan vapura, yolculu vapur mu deniyor ki araba taşıyana arabalı vapur denilsin?*

**Okur temsilcisinin Cevabı:** *Okur haklı. Günlük dilde bazen “arabalı vapur” deniyor olsa da doğrusu “araba vapuru”. TDK da araba sayfasına doğrusu yazmasına rağmen ve genel kullanımda da “arabalı vapuru” dendiğinden haberi gazeteye geçen ajans bu hatayı yapmış.*

#### **4.3.3.2.5 Gazetenin Gündem Olaylarına Yaklaşımı**

Yine okur temsilcileri tarafından cevaplanan bir diğer okur şikayet konusu gazetede yer almayan gündem haberleri ve bu haberlerin yer almasının isteği olmaktadır. Bu duruma aşağıda yer alan Soma faciası hakkında yazı yazan bir okur mektubu ve bu mektuba cevap veren temsilcinin yanıtı verilebilir.

**Okur Şikayeti:** *Ahmet Feridun Gündoğdu: Son Soma bilirkişi raporu üzerine gazetenizde ne yazı çıktı? Hani unutmayacak, unutturmayacaktık? Tabii gündemde IŞİD, Ekmeleddin İhsanoğlu ve Balyoz davası vardı. Üzüldüm...*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Hürriyet'te, 21 Haziran'da “Soma'da bilirkişi yangın yüzünden madene inemedi”, 20 Haziran'da “Madenciye kötü haber” ve 18 Haziran'da “Somalı işçilerin ifadeleri ihmaller zincirini ortaya koyuyor” haberleri yer alıyordu.*

#### **4.3.3.2.6 Okur Temsilcisinin Köşesine Yönelik Siteler**

Okur temsilcilerinin köşelerini yeterli bulmayan okurlar şikâyetlerinin cevaplanmamasından dert yanarak bu durum üzerine çeşitli eleştirilerde bulunmaktadır. Şikâyetine cevap alamayacağını düşünen bir Hürriyet okuru şikâyetini bu durumu dile getirerek başlamış ve bir durum saptamasında bulunmuştur.

**Okur Şikayeti:** *Ayşen Şen: Cevap alamayacağımı bilerek, “AK Parti mitinginde olay” haberiniz ile ilgili sormak istiyorum. Mustafa Sarıgül’ün Feshane’de bir protestocuya yumruk attığı iddiası ne hikmetse Hürriyet’te haber olmadı. Ama AK Parti mitinglerinde olan ufak bir olay bile baş sayfada. Birazcık adaletli olun.*

**Okur temsilcisinin Cevabı:** *Sarıgül ile ilgili o haber 3 Mart’ta birinci sayfadaydı. Ayrıca internette de yumruk yediğini öne süren o kişiyle söyleşi yayımlandı.*

#### 4.3.3.2.7 Okurun Haklılığı

Okur temsilcisi gazetelerde yayınlanan haberlerdeki hataları cevaplamaya çalışırken gazete dışındaki kişi ve kurumlara bağlayamadığı hataları kabullenerek okurun haklılığını kabul etmektedir. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki okur şikayeti verilebilir.

**Okur Şikayeti :***Okan Erdem: Bursa Hürriyet, 1 Şubat, sahife 4. Haber başlığı; “Reklam değil hizmet”. Kelimeler haberde ‘ayırarak, tanıştırmak, katmak, bakan, odak’ şeklinde yazılmış. Reklam olabilir diye baktım ama öyle bir ibare göremedim.*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Editör, Ak Parti sözcüğünde küçük olan a harflerini topluca düzeltmek için bilgisayara ak.ak düzelt.değiştir komutu verince böyle bir hata olmuş.*

Yine haberde yanlış ve eksik bilgiye örnek olarak okurun haklılığının kabul edildiği aşağıdaki mektup ve cevabı verilebilir.

**Okur Şikâyeti:** *Ferda Kutsal .Serdar Berberoğlu: 3 Şubat tarihinde sürmanşet sol köşede verdiğiniz “Metin Oktay için” rumuzlu haberde, “Kralın ölüm yıldönümü” olduğundan bahsetmişsiniz. Hâlbuki o yüce insanın doğum günü yıldönümüydü!*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Spor sayfasında doğru ama maalesef ilk sayfadaki spot yanlış yazılmış.*

Bir diğer okur mektubuna cevaben haklı bularak gerekli düzeltmelerin yapılması ve bir daha aynı hataya düşülmemesi için uyarıda bulunacağını taahhüt eden okur temsilcisinin cevabı aşağıdaki gibidir.

**Okur Şikayeti:** *A. Feridun Gündoğdu: Siz “Bulmacadan şikâyet azaldı” deyince yazmak farz oldu. Dış Haberler sayfasında çıkan bulmacadan örnekler vereyim. Çünkü yanlışlar azalması. 14 Kasım’da soldan sağa 3. soru, mekânı olmayan. Cevap, lafazan çıkıyor ama lamekan olmalıydı. 10 Aralık’ta yukarıdan aşağı 12. soru üçüncü tekil şahıs, cevap için yer yok.*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Okur 11 örnek vermiş ama yer sorunu nedeniyle ikisini buraya alabildim. Gerekli sayfa editörüne şikayet iletilmiştir.*

#### 4.3.3.2.8 Okurun Yanlış Anlaması

Okur temsilcisinin verdiği cevaplar okurdan kaynaklanan yanlış anlamaların neden olduğu sorunları çözmek için belirli açıklama ve tanımlara ihtiyaç duymaktadır. Bu yanlış anlama hem okurun haberi nasıl analizi edeceğini öğrenebilmesi hem de gazetecinin nasıl daha basit ve anlaşılır haber yazması gerektiğini biçimlendiren örneklerdendir.

**Okur şikayeti:** *Gündüz Süer: 1 Ocak’ta son sayfadaki “Etna köpürdü” haberinde aynı bağlamda Napoli kentinden bahsedilerek Napoli’nin de Sicilya’da olduğu kabul edilmiş. Halbuki vasat bir coğrafya bilgisi ile Napoli’nin Sicilya ile ilgisinin olmadığı, Orta İtalya’da Vezüv yanardağının eteklerinde olduğu bilinir.*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Napoli’nin Sicilya’da olduğu belirtilmiyor; Napoli’deki depremlere dikkat çekilmek istenirken, cümlelerin yapısından dolayı yanlış anlaşılabilir.*

Yine okurun yanlış anlamasına ve haberin yanlış yorumlamasına örnek olarak verilen bir diğer okur şikayeti ve okur temsilcisi mektubu aşağıdaki gibidir.

**Okur şikayeti:** *Ali Tan: 22 Eylül’de spor sayfasında Fenerbahçe’nin galibiyeti haberinde “Sow’un hat-trick yaptığı” yazıyor. Sow’un üç golü hat-trick olamaz. Hat-trick üst üste üç gol atma olayı. Ama Sow’un golleri arasında Kuyt’un golü var.*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Bu deyim, günümüzde peş peşe olmasına bakılmaksızın da kullanılıyor.)*

### **4.3.3.3 Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikayetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz**

Araştırma kapsamında bir yıl boyunca incelenen dört gazeteden en az okur şikayetini köşesine taşıyıp cevaplayan okur temsilcisinin Milliyet gazetesi okur temsilcisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum genelinde Milliyet okur temsilcisinin köşesine taşıdığı ve cevapladığı okur mektuplarının örnekleri aşağıda belirtilmiştir.

#### **4.3.3.3.1 Okur Mektuplarını Sunuş Biçimi**

Okur mektuplarına diğer gazetelerden farklı olarak genel bir çerçeve çizerek kendi ağzından yer veren okur temsilcileri cevaplarını da genellikle haklı buldukları şikâyetler üzerinden yazmaktadırlar.

*- İtalya’nın güçlü markası Ferrari’nin başkanı Luca Cordero di Montezemolo görevinden ayrılınca Milliyet Spor Servisi haberi “Ferrari’de bir dönem sona erdi” başlığıyla verdi. Ekonomi servisi ise aynı gün, aynı haberi “Ferrari’de ‘şoför’ değişti” başlığıyla yayımladı.*

*-Bir okuyucumuz da “Galatasaray’ın Goran Pandev’i Lazio’dan transfer ettiği yazılmış ancak doğrusu Napoli’den transfer etti olmalıydı” diyor. Servisler arasındaki iletişimsizlik ve dikkatsizlik nedeniyle yapılan söz konusu hatalardan dolayı okurlarımızdan özür dileriz.*

Yine bu duruma örnek olarak aşağıdaki okur mektubu ve okur temsilcisi cevabı verilebilir.

*“İsmi veremeyen bir başka okurumuzda “Kıskanç kocadan 5 kurşun” başlıklı haberimize benzer eleştiriyi yöneltmekte. “Olayın faili belliyse öldürülen kişinin kimliğini açıkça verip öldüreni niye saklıyorsunuz? diye soruyor. Okurumuz haklı. Karısından şüphelenerek cinayet işleyen bir adamın kimliğini saklayıp, doğruluğu kanıtlanmamış bir şüphe yüzünden öldürülen evli iki çocuk babası bir adamın kimliğini açıklamak etik değil. Bu tür olaylarda ailelerin yaşadığı travmaları da dikkate almak, haberin geride kalanlar açısından, özellikle çocukların ruh sağlığını bozacak sonuçlar doğurmamasına da dikkat etmek gerekiyor.”*

Birebir okur mektubundan yola çıkarak yapılan okur şikâyetlerine köşelerinde yer veren ve cevaplamaya çalışan okur temsilcisi bu durumun nedenini ve nasıl düzeltileceğini öngören yazılar yazarak okuru tatmin etmeye çalışmaktadır.

**Okur şikâyeti:**-Söz konusu haberlerin sunulmuş biçiminden rahatsız olan okurumuz Ülgen Yılmaz Milliyet'in “Seda Sayan'a spondordan şok” ve “Botokslu vekil maaşını veriyorum” başlıklı haberlerine dikkat çekerek şöyle diyor: “RTÜK'e şikâyetler yağıyor. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı başta olmak üzere milletvekilleri, kadın örgütleri olayı kınayan açıklamalar yapıyor. Ama siz Sayan'ın bir milletvekiline yakışsız sözlerine, ‘yastığa başını koyunca rahat uyuyormuş’ tarzında açıklamalarına yer veriyorsunuz. Konuyu saptırdınız, olayı iki kadın arasında geçen bir kavgaya, bir magazin haberine çevirdiniz. Bu olay beni çok üzdü.”

**Okur temsilcisinin cevabı :** Milliyet söz konusu haberin içerisinde Milletvekili Nazlı Aka'nın RTÜK'e yaptığı şikâyetlere yer veriyor. Programın sponsorunun gelen tepkiler üzerine çekildiğini belirtiyor. Hatta bir gün sonra Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın yaptığı şikâyeti de sürmanşetine taşıyor. Okurumuz da zaten söz konusu şikâyetlerin Seda Sayan'ın açıklamaları üzerinden haberleştirilmiş olmasına tepkili ve bu konuda haklı ama Milliyet'in kadına yönelik şiddet ve sorunlarına karşı gösterdiği duyarlılığı yok saymak gazeteye yapılmış büyük bir haksızlık olur. Türkiye'de medyanın genellikle bazı haberleri gerçekten de yoruma muhtaçtır. Bir katille

*de röportaj yapabilir onu televizyona çıkartabilirsiniz ama bunu yaparken olayı sorgulamak meselenin derinliklerine, toplumsal ve sosyolojik boyutuna sorularınızla katkı sağlamak zorundasınız. İki kadını öldürüp yine evlenmek istiyorum diyen, en küçük bir pişmanlık duymayan akıl sağlığı tartışmalı bir adamı kamuoyunun karşısına çıkartmak olayı meşrulaştırmaktan öteye gitmez.*

#### **4.3.3.3.2 Haber Yazım Hataları**

Milliyet okur temsilcisi genellikle köşesine haber yazım hataları ile ilgili sorunları taşımakta ve cevapları bu düzeltmeler üzerinden yapmaktadır. Bu duruma örnek olarak Milliyet Gazetesi okur temsilcisi köşesine gelen şu mektup ve cevap örnek verilebilir.

**Okur Şikayeti:** *Okurumuz Levent Uyaroğlu İsviçre’de Lenzburg FC futbol takımının kadın masözün futbolculardan biriyle takımın geri kalanının önünde seks yapınca kulüpten kovulduğuna ilişkin haberin Milliyet gazetesinde dört kez “masör” ifadesi kullanılarak yazıldığına dikkat çekiyor.*

**Okur temsilcisinin cevabı :**Okurumuz haklı. Türk Dil Kurumu sözlüğünde, erkek masajcı için “masör”, kadın masajcı için “masöz” denilmekte. Söz konusu hatanın haber içerisinde birkaç kez tekrarlanmış olması bunun sadece bir tashih hatası olmadığını göstermekte. Ayrıca Mösöz dendiğinde başına kadın demek de anlamsız çünkü zaten kadınlar için kullanılan bir ifadedir.

#### **4.3.3.3.3 Haberin Yapan Kişiye Eleştiri**

Okur temsilcileri köşelerini, sadece okurların değil aynı zamanda gazeteci meslektaşlarının da takip ettiğini düşünerek kendilerine gelen okur şikâyetlerini yetkili kişilere ulaşması için köşelerinde yer vermektedirler.

**Okur şikayeti:** *Sevim Ergin ve Gönül Öngen adlı okurlarımız Milliyet bulmaca ekinde “Yaşlı kadın” ifadesinin “Kocakarı” olarak yer almasından*

*duydukları üzüntüyü dile getirdi. Söz konusu ifadenin son derece kaba ve yaşlı kadın ifadesine karşılık olamayacak kadar çirkin bulduklarını belirtiyorlar. Sevim Engin aynı zaman Milliyet bulmaca ekinde hep Türk sanatçılarının resimlerine yer verildiğini, dünya yazar, ressam ya da şairlerin e de yer verilmesini istiyor. Türk Dil Kurumu'na göre "kocakarı"nın karşılığı "yaşlı kadın" olarak yer almakta... Bu nedenle evet, itici argo bir kelime ama bulmacanın karşılığı olarak yanlış bir kullanım değil. Bulmaca kültürü üzerine yapılan öneriyi ise Milliyet okurunun entelektüel birikimi de dikkate alınarak bulmacayı yapan arkadaşımız tarafından değerlendirileceğine inanıyorum...*

#### **4.3.3.3.4 Haberde Takip**

Okurların şikâyet ettikleri haberde takipsizlik ve merak ettikleri haberlerin sonuçlarını öğrenememe durumları yine okur temsilcilerine gönderilen şikâyetlerin başında gelmekte ve Milliyet okur temsilcisi tarafından cevaplanmaya çalışılan konulardandır. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki okur şikâyeti ve okur temsilcisinin mektubu verilebilir.

**“Okur Şikayeti:** Sayın Akçura, Rusihak'ın iki yılı aşkın Süredir İstanbul, Manisa, Samsun, Adana ve Elazığ ruh sağlığı hastanelerinde yürüttüğü sivil izleme çalışmasının raporunu sizinle paylaşmak istiyoruz. Depo hastaneler olarak da adlandırılan psikiyatri hastanelerinde izleme sırasında insan onuruna, özerkliğine, Dünya Sağlık Örgütü ve BM Engellilerin İnsan Hakları sözleşmesine aykırı çok sayıda uygulamanın varlığı tespit edilmiştir. Tespit edilen bulgular özetle: Psikiyatri kullanıcısı bireylerin teşhisleri, tedavi seçenekleri ve özellikle de tedaviyi kabul veya reddetme hakları konusunda bilgilendirilmedikleri, tedavinin planlanması ve sunulması süreçlerine katılımlarının sağlanmadığı, İstemsiz yatış oranlarının hâlâ çok yüksek olduğu ve istemsiz yatışa itiraz mekanizmalarının bulunmadığı, var olan yargısal denetimin gerçek bir denetim mekanizması olmaktan çok uzak olduğu, kişilere bu süreçlerde hiçbir destek sunulmadığı, Kapalı kurumda, ilaca dayalı tedavinin yaygın olarak uygulandığı, rehabilitasyon ve diğer desteklerin sunulmadığı. Tespitlerin yanı sıra sorunlara ilişkin çözüm önerilerinin de yer aldığı



*rapora yazılı ve görsel basının yeterli ilgi göstermemesi bir ayrımcılık pratiği olarak karşımıza çıkmakta ve zaten toplumdaki dışlanan ötekileştirilen, damgalanan bu dezavatajlı grubun insan hakları ihlallerinin karar vericiler tarafından gündeme alınmasını, çözüm yolunda adım atılmasını da güçleştirmektedir. Ombudsman olarak sizin konuya duyarlı yaklaşacağınızı ve sorunların çözümü doğrultusunda farkındalık yaratmak üzere basın dikkatini çekecek girişimlerde bulunacağınıza inanıyoruz.”*

**Okur temsilcisinin cevabı:** *Bu raporun Milliyet’te dâhil olmak üzere medyada yer bulmaması üzüntü vericidir. Bundan yedi yıl önce kurumun konuya ilişkin bir tek raporu yayımlanmış. 2008’deki bu raporda da “Akıl ve Ruh Sağlığı Alanında İnsan Hakları Projesi kapsamında yapılan bir araştırma, iyileştirme merkezlerindeki korkunç tabloyu ortaya koydu” denilmekte. En korkunç olan, gazetecilerin yaptıkları haberlerin takipçisi olmamasında. Buyurun. Nalan Erkem’in sıraladığı her bir sorun ayrı bir haber olacak nitelikte.*

Yine haberde takip eksikliğinden yakınan bir okurun mektubunda da Milliyet gazetesinin bu konuya duyarsızlığından bahsedilerek gerekli takibin ve haberciliğin neden yapılmadığı sorulmaktadır. Okur temsilcisinin okur ile gazete arasındaki arabuluculuk görevini yerine getirebilmesi için verdiği cevaplar hem gazete hem de okur için çok önemli olmaktadır. Bu durum için örnek bir okur şikâyeti ve okur temsilcisi cevabı aşağıda verilmiştir.

**Okur şikayeti:** *Soma ile ilgili gelişmelerin bütününi görebilmek için en az üç gazete almak gerektiğine vurgu yapan okurlarımız da benzer bir sorunları gündeme getiriyor. Ayten Taşkıran adlı okurumuz savcılık soruşturmasında ortaya çıkan, defalarca sinyal vermesine rağmen Soma’da sensörlerin sıfırlandığına ilişkin rapora Milliyet’in neden yer vermediğini soruyor. Demir Seydibulak adlı okurumuz ise haberlerin eksik, içeriği ile spotların birbiriyle uyumsuz olduğu konusuna dikkat çekiyor. Adalet Arayanlara Destek Grubu’nun raporuna göre; 2012’de 878 olan iş kazası sonucu ölenlerin sayısı 2013’te 1235’e çıkmış görünüyor. Bu haberlerin takipçisi olmak araştırmacı gazeteciliğin de bir gereği. Dolayısıyla okurumuz haklı, toplumsal travmalara neden bu davaların takipçisi olmak zorundayız. Serpil Çevikcan’ın söz konusu yazısında dediği gibi; “Bize de sadece felaketten felakete davaları anımsatıp, “Hesabı sorulacak” sözlerinin izini, gücümüzün yettiğince*

*sürmek kalıyor. Ve bu derin yaraya bir nebze olsun merhem olmanın tek yolu, hesap sorma sınavından tam notla geçebilmek.”*

#### **4.3.3.3.5 Kendi Gazetesine Övgü**

Toplumsal sorunlar ve olaylara karşı çalıştığı gazetenin yaklaşımını ortaya koymak ve gazetesinin olumlu ve başarılı yönlerini vurgulamak isteyen okur temsilcisi bunu yaparken kendi gazetelerine övgü dolu yazılar yazan okur mektuplarına yer vererek kendilerine gizli bir şekilde reklam alanı yaratmaktadırlar. Diğer gazetelerden farklı olduğunu habere yaklaşım ve sunum üzerinden gösteren okur temsilcileri okur ve gazete arasında yürüttüğü bu arabuluculuk görevini adeta bir reklamcı gibi hissettirmeden yapmaya çalışmaktadır.

*“Ayten Kaygılı, Recep Darı adlı okurlarımız gazetenin sadece habercilik yapmayıp felakete el uzatmasının önemine değinirken, Yıldırım Özbek adlı okurumuz da benzer duygularla kaleme aldığı açıklamasında şöyle diyor: Abdi İpekçi döneminde Milliyet’e neden bu kadar düşkün olduğumu anlayamazdım. Ta ki 1992’de Erzincan depreminin olduğu zamana kadar... O günden beri bende bir Milliyet okuruyum. O büyük, bütün ülkeyi ağlatan felakette o zaman Milliyet, bırakın başka gazeteleri devletin yapmadığını yapmış büyük bir yardım kampanyası başlatmıştı. O gün Milliyet’in sadece işini yapan, haber veren bir gazete olmadığını, yardım eli uzatan büyük bir aile olduğunu düşünmüştüm. Milliyet’in madende ölen Soma işçilerinin aileleri için yine ayaklandığını görünce yazmadan edemedim. Babamı andım, ağladım. Gazetemle gurur duydum. Acıyı hep birlikte paylaşmayacaksak ne zaman paylaşacağız. İyi ki varsınız. Gazetemizi hiçbir şeyin gölgelemesine izin vermemenizi rica ediyorum. Bu kampanya önemlidir. Başarılarınızın devamını diliyorum.”*

**Okur temsilcisi cevabı:** *Bu hepimizin temennisi...Önceliğimiz elbirliğiyle yaraları sarmak olmalı, çünkü biliyoruz ki;“Gönül derin küser yarasına yara açana...”*

#### 4.3.3.4. Sabah Gazetesi Okur Temsilcisinin Okur Şikayetleri Hakkındaki Tutumuna İlişkin Analiz

Araştırma kapsamında bir yıl boyunca incelenen dört gazeteden bir diğere en az okur şikayetini köşesine taşıyıp cevaplayan okur temsilcisinin Sabah gazetesi okur temsilcisinin köşesine taşıdığı ve cevapladığı okur mektuplarının örnekleri aşağıda belirtilmiştir.

##### 4.3.3.4.1 Okur Mektuplarının Sunuş Biçimi

Sabah okur temsilcisi köşesinde yer verdiği mektupları cevaplarırken genellikle gazetesinin ideolojik olarak yaptığı hata veya tutumundan dolayı yapılan şikayetleri değil daha metinsel ve içeriksel sorunlu haber şikayetlerini cevaplayan bir tutum sergilemektedir. Bu duruma örnek olarak aşağıdaki okur şikâyeti ve okur temsilcisinin verdiği cevap verilebilir.

**Okur Şikayeti:** *Okurlarımızdan gelen iki şikayete yer verelim:*

**Kemal Erak:** *"Haberin başlığı Deniz Seki Hastaneye Kaldırıldı. Sosyal haberlere meraklı biri hemen bakar. Oysa bu hanım nükseden kisti için hastaneye kendisi gidip ufak bir operasyon geçiriyor. Başlık ile haber neredeyse çelişiyor." Okurumuz haklı. Neredeyse değil, çelişiyor. Hastaneye gitmek ile kaldırılmak aynı şey değil.*

**Mehmet Zengin:** *"Haberin başlığı ile konusu birbirini tutmuyor. Ana sayfadaki anonsta TSK'ya Vur Emri demişsiniz. Ama haberin içeriğinde sadece keşif uçuşu var. Yanıltıcı başlık atmayın lütfen."*

**Okur Temsilcisi Cevabı:** *Okurumuzun şikayeti Türk Jetleri IŞİD İçin Havalandı haberiyle ilgili ve sabah.com.tr'nin sunumundan yakınıyor. Haklı. Haber daha çok tıklansın diye abartmayalım, çarpıtmayalım.*

Sabah okur temsilcisi köşesinde okurdan gelen şikâyetleri birleştirerek bir bütün halinde değerlendirmeyi tercih etmektedir. Bu durum hem genel bir değerlendirme

yapmasına imkân tanımakta hem de bir okurun değil birçok okurun sesi haline gelmesine neden olmaktadır. Bu durum örnek olarak Sabah gazetesi okur temsilcisinin aşağıdaki yazısı örnek verilebilir.

***Okur temsilcisinin yazısı:** Bu hafta okurlarımızın tepki gösterdiği foto-galerinin başlığı: "Ruslara göre yurdumuzda yaşamak için 37 neden". Rusya'daki internet sitelerinde dolaşan bir yazı alınıp galeriye dönüştürülmüş. Kapakta kullanılan dört fotoğraf sırasıyla şunlar: Uyuşturucu kullanan bir kişi, meyve ve sebzeler, sevişen bir çift ve bir domuz. Haberi incelediğimizde anlıyoruz ki sevişen çift görüntüsü "AİDS ve veremli sayısının Afrika'dakinden çok olmadığını", uyuşturucu iğne fotoğrafı "uyuşturucu satan ve kullananların hapse atıldığını", domuz fotoğrafı "domuz yemiyorlar" cümlesini açıklamak için kullanılmış. Haberin absürlüğü bir yana, fotoğraf seçimleri yanlış. Ramazan nedeniyle zamanlaması da yanlış. Mehmet Gürsoy, Ahmet Buyurgan, Kazım Yargeldi gibi okurlarımızın 'domuz' tepkilerinden anlıyoruz ki dikkat çekmek isterken irite etmiş. Diğer görsel ve bilgiler de bir ironi sarhoşluğundan ibaret. Bu konuyu daha önce de tartışmış ve galeri bankasının gözden geçirilmesi konusunda anlaşmıştık. Bu iki galeri de eski tarihli. Aynı galeriler dönüşümlü olarak verilmek yerine, yeni içerikler hazırlansın demiştik. Bu ikisi gözden kaçmış sanırım. İnternet medyasındaki rekabetle başa çıkmanın yolu eğlencenin dozunu artırmak yerine, içeriği daha kaliteli hale getirmek. Bunu da kimi gazetelerin yaptığı gibi, okuru konsolide edip fişleyerek paraya tahvil etme kolaylığına kaçmadan yapmak gerekiyor.*

#### **4.3.3.4.2 Haberde Takip**

Sabah gazetesi okur temsilcisi köşesinde cevapladığı okur mektuplarında hem kendi görüşlerini hem de okurun istek ve beklentileri üzerine yapılacak olan eylemlerin haberini vermektedir. Bu haber verme aynı zamanda Sabah okur temsilcisinin gündem olaylarının ve haberlerinin takibinde olduğunu okura hissettirmesi açısından önemli bir yöntemdir.

**Okur Şikayeti:** Koyuncu'nun vefat haberi üzerine çok sayıda okurumuzdan 'başsağlığı' dileği geldi. Bunlardan biri olan Önder Mergen şöyle yazmış: "Sabah ailesinin ve tüm Türkiye'nin başı sağolsun. İdmanımızı izlemeye gelen ve burada hayatını kaybeden Erkan Koyuncu'yu biz büyük Galatasaray taraftarı olarak asla unutmayacağız." Başsağlığı mesajlarına eklenen sitemkâr ve öfkeli mesajlar da vardı. Nezih Altekin'inki bunlardan biri: "Muhabirimizin feci ölümü beni aşırı derecede üzmüş, aynı zamanda sinirlendirmiştir. Çok sert mekanizmalı ve insan boyunda böyle kapılar olur mu? Yazık, günah değil mi? İki çocuk yetim kaldı. Evin direği yıkıldı. Hesabı sorumlulardan sorulmayacak mı? Gereğinin ivedilikle yapılarak tarafıma bilgi verilmesini istiyorum. Hepimizin başı sağolsun."

**Okur temsilcisinin cevabı:** Okurlarımız müsterih olsun. Şimdi yasımızı tutuyoruz. Fakat bu yas bizi sorulması gereken soruları sormaktan vazgeçirmeyecek. Birkaç gün sonra her şey unutulup gitmeyecek. İş güvenliği ve iş güvenceleri ile ilgili sorgulamalarımız sürecektir. Soğukkanlı bir şekilde bu olayda ihmal ve sorumluluğu olanların bulunması, adaletin yerini bulması için gayret göstereceğiz. Verilen sözleri, yapılan vaatleri sonuna kadar takip edeceğiz. İnsanın hatırlanması adının batmaması, ocağının sönmemesi demektir. Ocağın sönmeyecek Erkan. Seni hatırlayacak ve anacağız. Geride bıraktıklarına senin adına sahip çıkacağız. Gözün arkada kalsın.

#### 4.3.3.4.3 Haber Değeri

Haber değeri ve etik anlayışının günümüzde sıkça sorgulandığı bu dönemde Sabah gazetesi okur temsilcisinin de gündemine gelmiş ve köşesinde yer almıştır. Bu konular okur temsilcisi kendi gazetesinin gündem olaylarında hem kendi etik anlayışı üzerinden hem de gazetesinin bu duruma nasıl yaklaştığı özelinden açıklamalar yapmaktadır.

**Okur şikayeti:** İnsel Bakırcı adlı okurumuz yabancı basının bu konudaki masumiyet ve tarafsızlığını sorguluyor, bunun haber yapılmasını istiyor: "CNN muhabiri Ben Wedeman, çocuk ölümlerinin bu kadar fazla olmasıyla, Gazze'deki 14 yaş ve altı nüfusun yoğunluğu arasında bağlantı kurdu. (İzledim, böyle bir istatistikten söz etti.) NBC, Ayman Mohyeldin'in, CNN Diana Magney'nin yerini değiştirdi ama Hamas'ı

'tokatlanmadan akıllanmayan deli bir kadın'a benzeten HBO'nun Bill Maher'i hâlâ işinin başında. Bu mu tarafsızlık? Nerede basın özgürlüğü? Nerede sınır tanımamakla övünen, özgürlük indeksleri hazırlayan gazeteci örgütleri?"

**Okur temsilcisinin cevabı:** Bu süreçte örselenen bir başka mefhum da 'haber değeri' oldu. Gezi ve benzeri olaylar sırasında saatler süren kesintisiz yayınlara imza atan medya kuruluşlarının bültenlerinde Gazze olayları kendisine Ukrayna'da düşürülen uçak kadar yer bulamıyor. Birkaç istisna hariç yabancı basında durum aynı... Gazze'de sadece yaşlı, çocuk, genç, kadın, erkek siviller değil gazetecilik de ölüyor. Okurlarımızın pek çoğu Sabah'ın bu süreçte dikkatli, duyarlı ve tutarlı bir yayın çizgisi izlediği kanaatinde. Gelen onlarca mesaj bu yönde... Sonradan düzeltilen Mesut Özil haberi hariç kendilerine katılıyor, Sabah'ın iyi bir sınav verdiğini düşünüyorum. Bu önemli meseleyi korkusuz, tarafsız ve doğru bir şekilde ele alıp öne çıkardığı için yazı işlerini kutluyorum.

#### 4.3.3.4 Okur Temsilcisinin Görev Tanımı

Sabah okur temsilcisi kendisine gelen okur şikâyetleri üzerinden okur temsilcisinin görev tanımını ve nelerin kendi alanına girdiğini veya nelerin girmediğini açıklayan yazılar yazmaktadır. Bu durum okurdan gelen şikâyetin önemli olduğunu ama kendi alanına girmediği için cevaplayamadığı algısı yaratarak okura durulan saygıyı göstermektedir.

**Okur şikayeti:** İbrahim İ.: "Merhaba! Haberde adı geçen F.K. benim eşimdir. Google'da arama yaparken çıkan bu haberler yüzünden çok yıprandı. Davası çoktan kapandı ve suçsuz bulundu ama bu haber halen sitenizde bulunuyor. Ya haberi kaldırın ya da ismini silin lütfen."

**Okur temsilcisinin cevabı:** Olaya değil olguya dikkat çekmek istediğim için haber ve isimleri açıkça belirtmedim. Her hafta buna benzer onlarca içerik kaldırma isteği geliyor. Öncelikle şunu belirtiyim. Okur Temsilcisi olarak gazetenin arşivinde yer alan herhangi bir haberi kaldırma yetkim yok. Ancak gerekli incelemeyi yapıp düzeltme önerebilirim. Ayrıca bana gelen talepleri

*hukuk servisine aktarıyorum. Okurlarımıza bir kez daha hatırlatmak istiyorum: Bu yöntemin sonuç vermediği durumlarda ilgili sayfaya erişimin engellenmesi konusunda muhatapları Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı ve Sulh Ceza Mahkemesi'dir. 'Özel hayatlarının gizliliğinin ihlal edildiğini' ya da 'kişilik haklarına saldırı olduğunu' düşünüyorlarsa bu yola başvurabilir. Üstelik yeni kanuna göre talepleri çok kısa bir süre içerisinde yanıtlanmak zorunda.*

Okur temsilciliğinin görev alanı Sabah gazetesi temsilci köşesinde diğer gazetelere oranla daha fazladır. Tüm gazeteye ilişkin gelen tekzip ve düzeltme haberlerini kendi köşesinden cevaplayan okur temsilcisi bu konularda verilecek cevabı gerekli kişilerin bilgisine başvurarak köşesinde yer vermektedir.

**Okur Şikayeti:** *Benzer bir itiraz da Avukat Emre Aydemir'den geldi: "Müvekkilim hakkında manşetinize konu yargılama devam etmektedir. Attığınız manşet, masumiyet karinesini ihlal eder ve yargılamayı etkiler niteliktedir. Bir an evvel düzeltim yayını ve özür bildirimini yapılması..."*

**Okur temsilcisinin cevabı :***Sayın Aydemir'in itiraz ettiği manşet olmayan Timsah Gözyaşı Çıktı (02.03.2014) başlıklı haberin spotu şöyle: "Antalya'da üç yıl önce pompalı tüfekte vurularak öldürülen Hüseyin Günaydın'ın, haberi alınca gözyaşlarına boğulup, baygınlık geçiren karısı tarafından öldürtüldüğü belirlendi." Doğrusunu söylemek gerekirse haberin başlık, spot ve ilk cümlesi dışında kalan bölümlerinde olay anlatılmış, iddialar iddia olarak yansıtılmış ve şüpheliye de cevap hakkı tanınmış. Ama her şeye rağmen bu başlık ve spot Emre Aydın'ın da belirttiği şekilde masumiyet karinesini ihlal eder nitelikte. Böyle bir dil sürmekte olan mahkemelerde değil, ancak bütün yargı süreçleri sonuçlandıktan ve karar kesinleştikten sonra kullanılabilir.*

#### 4.3.3.4.4 Okuru Haksız Bulma

Okur mektupları üzerinden Sabah okur temsilcisinin gazetesinin eleştirildiği haberlere verdiği cevaplar yine okurun şikâyetinin çeşitli referanslar eşliğinde cevaplanması şeklinde yapılmaktadır. Okur temsilcisi vereceği bir cevabın yanlı olduğu izlenimi yaratacağını düşündüğünde soruyu cevaplamayarak konunun uzmanlarından gelen çeşitli görüşleri iletme yolunu seçmektedir.

**Okur Şikayeti:** *Okurlarımız özellikle ilk sayfadaki başlığa tepki gösterdi. Bunlardan biri olan Nazmi Ekinci'nin mektubu şöyle: "İslam inancına göre, ölüm Allah'ın emriyle gerçekleşir. Bir insan uzun yaşadığında, bu Allah'ın (ya da Azrail'in) onu 'unuttuğu' anlamına gelmez. Gazetenizin bu İslami hakikatin hiçe sayması doğrusu beni büyük bir hayal kırıklığına uğrattı. Sadık bir okurunuz olarak, bu vahim hatanın düzeltilmesini bekliyorum."*

**Okur temsilcisinin cevabı :** *Ömer Nasuhi Bilmen'den aynen alıntı yapmak gerekirse "Azrail, İslam inancına göre insanların ölme vakitleri gelince ruhlarını almak için görevli meleğin adıdır." Unutması ya da şaşırması mümkün değildir. Azrail'in unutması Allah'ın unutması anlamına gelir. Bu yüzden okurlarımız bunu inançlarına yapılmış bir saygısızlık olarak gördüklerini söylediler. Tartışmada Sabah'ı savunan bazı okurlar ise bunun Murasi'nin sözleri olduğunu ve gazetenin aynen aktarmasında bir sorun olmadığını iddia ettiler. Acaba öyle mi?*

Yine aynı konu üzerine uzman görüşlerin ardından okur temsilcisi kendi görüşlerinin de yer aldığı bilgilerle birlikte bir bütün arz eden yazılar yazarak hem okuru hem de gazeteyi ortak bir paydada buluşturmaya çalışmaktadır. Okur temsilcisi haber özelinden yapılan eleştirilere gazetecilik ve gazeteci etik değeriyle birlikte değerlendirerek bir cevap yazmaktadır.

**Okur temsilcisinin yazısı:** *Okur Temsilcisi olarak araştırdık. Haber geçtiğimiz günlerde Hindistan gazetelerinden İngilizce, Fransızca ve İspanyolca gazetelere yayılmış. Murasi konuşmasının orijinalinde, Azrail'den hiç söz etmemiş. Hinduizm'e inanan bir kişi olarak "Ölüm Tanrısı (Yamaraja) beni unuttu sanırım" demiş. Bir diğer kaynağa göre ise "Ölüm beni unuttu"*



demiş. Bu haberi aktaran İsrail, Avrupa ve ABD menşeli haber siteleri Murasi'nin söylediğini olduğu gibi vermek yerine, kendi inanışlarına göre yorumlayıp Yamaraja'yı 'ölüm meleği'ne çevirmişler. Sabah da haberi bu kaynaklardan alırken kendince değiştirmiş ve ölüm tanrısı ya da meleği yerine "Azrail" yazmış. Gazeteciler içerisinde yaşadıkları toplumun dinine ve kültürüne yabancı olmamalıdır. Bilmek yetmez, o dine ve kültüre saygı göstermek gerekir. Haberi okunur kılmak kaygısıyla kendimizi ilgi çekici başlık bulma şehvetine kaptırmamalıyız. Bazı konuların ironiyle ya da latifeyle ele alınamayacağını unutmamalıyız. Aksi takdirde bu haberde olduğu gibi o dine inanan insanları incitmiş oluruz. Bu hata bütün dinlere ve kültürlere saygılı olmak iddiasında olan Sabah'a yakışmamıştır. Okur Temsilcisi olarak okurlarımızdan özür diliyorum.

Sabah okur temsilcisi köşesinde yer alan okur eleştirilerinde, şikâyete konu olan olayda gazeteciyi ve haberi haksız bulmuşsa eğer bunu yine kendi gazetesini çok fazla yermeden bu konuya yumuşak kelimelerle yer vererek bir orta yol bulmaya çalışmaktadır.

**Okur temsilcisinin yazısı:** Bir haberimizde adı geçen İsmail İlker B. adlı okurumuz itiraz etmiş: "03.03.2014 tarihli Günaydın'da çıkan haberde, Tuğçe Sarıkaya'yı aradığıma, rahatsız ettiğime ve hakkımda soruşturma açıldığına dair bir haber var. Elinizde bir kaynak yok iken bu tür bir haberi nasıl servis edersiniz? Tuğçe Hanım ile bir ilişkimiz yoktu, arkadaştık. Haberde bahsi geçen hiçbir sözü söylemedim. Kesinlikle iftira ve yalan haberdir!" Dilek Yaman'ın haberini hatırlayalım: Tescilli Güzel Eski Aşkından Davacı. "Best Model Of Turkey yarışmasının birincilerinden Tuğçe Sarıkaya'nın başı eski erkek arkadaşı ile dertte. İsmail İlker B. isimli eski erkek arkadaşı tarafından tehdit edildiğini iddia eden Sarıkaya, savcılığa başvurdu." Muhabirimizin haberi bu şikâyete dayanıyor. Hep söylüyoruz; mahkemeye verilen her dilekçeyi haberleştirirseniz o dilekçeyi verenin avukatı konumuna düşersiniz. Olayı etraflıca araştırmadan, olayın bütün taraflarıyla görüşmeden haberinizi yazmayın. Bir kişi hakkındaki iddialara yer veriyorsanız, o kişiyi bulup cevap hakkını kullanmasını sağlayın. Yalan haber ya da iftira demek abartılı olur ama bu bakımdan eksik bir haber. Muhabirimizden bir takip

*haberi yapıp tarafların iddialarını dengeli ve tarafsız bir biçimde yansıtmasını bekliyorum.*

#### **4.3.3.4.5 Okuru Haklı Bulma**

Sabah okur temsilcisi köşesinde yer verdiği okur şikâyetlerini cevaplarırken okurun haklılığını çoğu zaman kabul ederek bir orta yol bulmaya çalışmaktadır. Bu orta yol bulma çabası hem okur temsilciliği görevinin arbuluculuk hem de okurun sesi olma özelliğinin bir parçasıdır.

***Okur Şikayeti:*** *Fırat Zorba adlı okurumuz, "Bir dediğiniz diğerini tutmuyor. Haberde Bale'in 100 milyon euroya satıldığını yazmışsınız. Aynı gün bir köşe yazarınız '101 milyon' diyor. Daha önce de91, 94 ve 105 demiştiniz. Artık bir karar verseniz" yazmış.*

***Okur temsilcisi cevabı:*** *Bale haberlerini taradığımda gördüm ki okurumuzun şikâyet ettiği kadar olmasa da farklı transfer bedelleri telaffuz etmişiz. Yani, okurumuz bir bakıma haklı. Öncelikle şunu belirteyim: İncelediğim haberlerin bir kısmı spor servisimiz tarafından yapılmamış. Dil bütünlüğü sağlamak ve güncel kalmak bakımından uzmanlığa güvenmek önemli. Nasıl ki sağlık haberleri yaparken sağlık servisiyle işbirliği yapıyorsak, spor haberleri konusunda da spor servisi ile işbirliği yapmamız gerekir.*

## SONUÇ

Genel bir tanım ile bireyin sosyal bir varlık olarak düşündüğü, yarattığı her türlü bağı inceleyen bir alan olan iletişim, dünyada meydana gelen ekonomik ve sosyolojik gelişmelerin sonucu olarak bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. İçinde birçok olgu ve değişimi barındıran iletişim alanı gelişen iletişim araçları sayesinde daha geniş alanlara hitap etmeye başlamış ve kitle kavramını yaratmıştır. Bu gelişmeler hem kitleleri hem de kitle iletişim araçlarını kendi içinde incelenmesi gereken bir araştırma sahası durumuna getirmiş, birçok kuramcı ve sosyal bilimci araştırmalarını bu yönde yapmaya başlamışlardır.

Bu tezde anlatılan okur ve kuram ilişkisinde kitle iletişim çalışmalarının temelinde kişileri etkileme olduğu gözlemlenmektedir. İnsanların fikirlerini değiştirme, etkileme ve yeniden yaratabilme isteği tarih öncesi çağlara kadar dayanırken ellerinde kitle iletişim araçları gibi güçlü bir silaha sahip günümüz insanı bunu propaganda ve geniş kitleleri etkileme isteği ile kullanmaya çalışmıştır. Ana akım yaklaşımların temelini oluşturan bu propaganda yapma isteği hem siyasi hem de kültürel anlamda bir güç olarak düşünülmüş ve çeşitli denemelere konu olmuştur.

Kitle iletişim araçlarının propaganda yapmada çok etkili olduğu düşünülen ilk dönem ana kuram çalışmalarında okur pasif pozisyonda olan ve kitle iletişim araçları ile verilen her türlü bilgi ve enformasyonun etki edebileceği kişiler olarak konumlandırılmıştır. Daha düz bir model olarak iletişime yaklaşan ana kuram iletişimi, kaynak-ileti-alıcı olarak görmekte ve bu sürecin uyarın-tepki modeli çerçevesinde analizini yapmaya çalışmaktadır. Gönderici alıcıda yaratmak istediği davranış şeklini başarabilmek için bir mesaj gönderir ve bu mesajın ulaştığı pasif alıcı mesajı kaynağın istediği şekilde alımlayarak bir davranış şekline bürünür.

Kitle iletişim araştırmalarının 19.yy sonlarına doğru liberal bakış açısı ile yeniden tartışılmaya başlanması neticesinde u farklı dönem ortaya çıkmıştır. Bunların ilki güçlü etkiler ikincisi sınırlı etkiler ve uncs de güçlü etkilere geri dönüştür. 1890-1930 yıllarında tartışma alanı yaratan güçlü etkilerin yarattığı dönüşün radyo ve sinemanın Batı Avrupa ve ABD’de etkinliği ile açıklanmaktadır.

Daha az gelişmiş yerlerden şehre göç eden kişilerin içine girdikleri bu karmaşa ve eskiye oranlı yalıtılmışlık kitle iletişim araçlarının kişilerin ihtiyaçlarını ve beklentilerini değiştirebilecekleri görüşünü yaratmıştır. Bu güçlü etkiyi açıklayabilmek için kitle iletişim araçlarının kişilere hemen etki edebilen küçük bir iğne gibi girdiği ve davranış değişikliklerine sebep olduğu olarak betimlenen şıringa modeli ortaya atılmış ve çalışmalar bunun etkisi üzerine kaydırılmıştır.

Tüm ana akım yaklaşımlara bakıldığında yapılan çalışmaların ortak özelliğinin aslında kişiler üzerinde bir davranış değişikliği yaratabilme amacı taşıması olduğu gözlenmektedir.

1930-1960 yılları arasında ortaya çıkan sınırlı etki dönemi ise daha siyasi bir bakış açısı ile araştırılmış ve seçim dönemlerini örneklem olarak almıştır. Burada söylenen kişilerin(seçmenlerin) oy verirken kitle iletişim araçları ile önceden sahip oldukları fikirleri güçlendiren keskin olmalarına neden olduğudur.

1960’lardan sonra başlayan güçlü etkilere geri dönüş sürecinde ise daha sistematik ve deneysel araştırmalar yapılarak kitle iletişim araçlarının hem kişiler hem de toplum üzerindeki etkileri uzun ve kısa dönem olmak üzere ayrılmış ve araştırılmıştır. Bu dönemin en önemli yaklaşımlarından biri olan “Kullanımlar-Doyumlar Yaklaşımı” bireyleri ana akım kuramlarında söylendiği gibi birer pasif alıcı olmadığı aksine aktif ve katılımı kendi isteğine göre gerçekleştiren kendi alımlama sistemine sahip olarak konumlandırmaktadır.

Kullanımlar doyumlar yaklaşımı ilk bakışta okura aktif ve zgr bir alan yaratmış gibi görünse de bu yaklaşımda kendi içinde bir çelişkiye girmiş ve yeni bir sorun alanı yaratmıştır: “Medyanın meşrulaştırılması durumu”. Okura kendi istediğinin verildiğini savunan bu kuram medya içeriklerinin kendi içinde barındırdığı her türlü arketipi (şiddet, cinayet, ölüm...) yine kendi istekleri neticesinde verildiğini savunarak bir sorumluluk kabul etmemektedir.

Bu gelişmeler ile eş zamanlı olarak ortaya çıkan eleştirel teori tüm bu çalışmaların aksi bir yöne yönelmiş ve dilbilim, siyaset bilimi, psikanaliz ve felsefe alanlarında yeni kavram ve arayışlar ile oluşmuştur. Marks, Freud ve Saussure'nin görüşlerinden oluşan kuramsal çerçeveye kapitalizmin eleştirisi eklenerek bir bütünlük yaratılmaya çalışılmıştır. Frankfurt Okulun'da da okur güçlü etki teorisi ile benzer biçimde pasif bir konumdadır. Ama bu ana akımda olduğu gibi tamamen doğrudan etkili olarak değil içinde çeşitli sorgulamalar ve doneler barındırılarak yapılmıştır.

Güçlü etki kuramındaki matematiksel iletişim modelinde toplumsal ve tarihsel koşullardan bağımsız olarak değerlendirilen pasif okur, eleştirel teoride tüm bu koşullara bağlı olarak değerlendirilmekte ve konumlandırılmaktadır.

İngiliz kültür yaklaşımındaki okurun medya metinlerine karşı olan savunmasızlığı ve pasifliği eleştirel kuramda sosyo-ekonomik statü, yaş, cinsiyet gibi çeşitli unsurlara göre değişip okuru aktif bir konuma dönüştürmektedir. Hall, kodlama-kod açıklama makalesinde o güne kadar olan tüm kabul görmüş söylemlerin bile okur tarafından incelenebileceğini ve karşı çıkılabilir hale getirilebileceğini savunmuştur.

İngiliz kültür araştırmalarında okur tarihsel koşullardan ve toplumsal bağlamdan ayrı değerlendirilmemektedir. Ana akım kuramların aksine bu yaklaşımda etkiler ve niyet sorgulanmakta ve araştırılmaktadır. Genel olarak ana akım kuramlardaki egemen yanlısı tutum sadece gönderici, alıcı ve iletiyi incelemektedir. Bu üçlü arasındaki diğer iletişimi etkileyen faktörler ve unsurlar göz ardı edilerek okur pasif bir konumda değerlendirilmektedir. Etki araştırmalarında yapılan çalışmalar sonucu saptanan eksiklikler neticesinde uyaran-etki modeline alıcıda eklenerek tepki veren alıcının aslında kaynağa değil kendi alımlamasına göre iletiye cevap verdiği söylenmiştir.

Okurun bu çok tanımlılığı ve konumu farklı açılardan değerlendirilerek açıklanmaya çalışılmıştır. İlk başta pasif olarak konumlandırılan okur daha sonraları daha aktif ve güçlü bir konuma gelmiştir. Tüm bu değişimler sonucu medyanın okur üzerindeki etkisi tartışılmaya başlanmış ama toplumsal ve tarihsel süreçler göz ardı edilmiştir. Eleştirel kuram da toplumsal değerler ile incelenmeye başlanan okur medyanın meşrulaştırılmasının bir aracı haline gelerek güç ilişkilerinin tam ortasında konumlandırılmaktadır. Toplumsal düzen ve değişimlerin her türlü alanda yarattığı

etki; iletişim, kitle ve kültür alanında da değişimler yaratmış konumuz özelinde gazete okur'u açısından da çeşitli tanımlamalara ve konumlandırmalara neden olmuştur.

Tüm bu toplumsal değişimlerle birlikte basın alanında da yaşanan değişimler, hem basın alanında çalışanları hem de okuru sürekli bir değişim ve dönüşüm içine sokmuştur. Bu süreklilik basın çalışanlarının bağımsız haber yapabilme, tarafsızlık gibi gazetecilik mesleğinin ilkelerinde büyük değişikliklere sebep olurken bu durum aynı zamanda okur için de büyük handikaplara neden olmuştur.

Genel olarak Türkiye'de basının geçirdiği değişim ve dönüşümler; 1980'li yıllardan itibaren başlayarak yalnızca yayıncılık işini kapsayan geleneksel medya sahipliğinin yerini medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren sermaye gruplarının medya ile bütünleştiği bir mülkiyet yapısına bırakması olarak tanımlanabilir.

1990'lı yıllarda yaşanan gelişmelerle birlikte medya gerek ulusal gerekse uluslararası alanda özellikle özelleştirme uygulamaları ile büyük bir değişime girmiştir. Yeni medya ortamının en önemli unsuru, mülkiyette ve alanda yatırım yapan sermayenin niteliğiyle ilgilidir. 1980'li yıllardan 1990'lara kadar uzanan süreçte medya kuruluşlarının, medya dışı alandan aktarılan ve daha çok bankacılık ve müteahhitlik sektörlerinden kaynaklanan sermaye ile bütünleştiği görülmekte, büyük sermaye grupları için bir yandan kâr kapısı olarak görülürken bir yandan da medyanın gücünden yararlanılarak sermayelerinin daha da büyümesini amaçlamışlardır. Basın sektörünün mülkiyet yapısında meydana gelen bu değişiklik medyada tekelleşmeyi durumunu ortaya çıkararak yeni bir çıkmaz yaratmıştır.

Medyada tekelleşme sorunu, bugün medya sektörünün karşı karşıya olduğu en önemli sorunlardan biridir. Tekelleşmenin yoğun olduğu medya sektöründe bu rekabeti engellediği, medya çalışanlarının örgütlenmesine karşı sermayenin elini güçlendirdiği ve medyayı yalnızca birkaç büyük sermaye grubunun yönlendirmesi gibi sorunları doğurmuş ve hem basın hem de medya üzerinde büyük etkiler yaratmıştır.

Bu yaşanan süreç içerisinde, sektörün şartlarına uyum gösteremeyenlerin bir bölümü sektör dışında kalmıştır. Bu sektör dışında kalanlar gerek medya patronu gerekse

medya çalışanları ya çarka uyum sağlamış ya da sessizliğe bürünerek çarkın kendilerini öğütmesine izin vermişlerdir.

Gazete okurunun basın alanında yaşanan bu değişim ve dönüşümler karşısında farkındalığı yine basın alanında çalışanların farkındalığı ve karşı koyuşlarının güçlülüğü ile doğru orantılı ilerlemiştir. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduranların yönlendirmelerine göre belirlenen medya, bir yandan da bu egemenliği güçlendiren düşünsel ve ideolojik üretimin gerçekleştirildiği bir alan olarak ortaya çıkmaktadır.

Basın alanında yaşanan bu gelişmeler ve değişimler ilk önce basın sektörü daha sonra basın alanında çalışan kişileri ve nihayetinde bilgi ve enforme sağlayabilmek için medyayı takip eden okuru derinden etkilemektedir. Basın özgürlüğünün ve tarafsızlığının önemi aynı zamanda okura da düşünce biçimlerini, ihtiyaçlarını ve tutumlarını belirlerken doğru doneler üzerinden düşünmelerine olanak tanımaktadır. Çeşitli çıkar ve baskılar neticesinde tarafsızlığını ve bağımsızlığı kaybeden basın kuruluşları okurlarının tarafsız bilgi alabilme ve tercih yapma haklarını ellerinden alarak toplumsal düşüncüyü belirleyebilmede önemli bir faktör olma durumunu ellerinde bulundurmaktadırlar.

Hem basın özgürlüğü hem doğru bir sistemin oluşturulabilmesi için çeşitli denetim mekanizmalarının gerekliliği de burada ortaya çıkmıştır. Medya kuruluşları bugüne kadar birçok yöntemle gerek dışarıdan gerekse içeriden kendi kendilerine kurdukları sistemlerle bu denetim mekanizmasını oluşturmaya çalışmışlardır. Gazetecilik alanında dışarıdan bir müdahaledense içeriden bir hareketin daha doğru bir yaklaşım olacağını savunan basın kuruluşları bunun için çeşitli sistemler yaratmışlardır. Bu tez özelinde incelenmiş olan denetim sistemi, basın kuruluşlarının hem kendi iç dinamiklerini hem de okurun şikayetlerini öğrenerek bir bağ kurma amacıyla gazetelerinde yer verdikleri okur temsilciliği köşesidir.

Okur temsilciliği, 1900'lü yıllarda başlayan, 1950'li ve 60'lı yıllarda ise giderek yaygınlaşma eğilimine girmiş bir uygulamadır. Basın kuruluşları temel olarak basına duyulan güvenin artmasına, okurun gazetede kendisine ait bir yere sahip olabilmesine ve gazete ile okur arasında bir bağ kurma amacıyla okur temsilciliği sistemini devreye sokmuşlardır.

Türk basınında diğer dünya ülkelerine kıyasla daha yakın bir tarihe sahip olan okur temsilciliği ilk olarak Japonya, İsveç, ABD, İngiltere, Fransa gibi ülkelerde uygulanmaya başlanmıştır. Bu ülkeler ve Türk basınında ortaya çıktığı dönemin ortak noktası ise, okurun basına duyduğu güvenin azaldığı bir süreçte olmasıdır.

Türk basınında okur temsilciliği ilk olarak 1999 yılında Milliyet Gazetesi tarafından hayata geçirilmiştir. Daha sonra Sabah, Hürriyet, Akşam, Cumhuriyet ve Vakit gazeteleri de okur temsilciliği uygulamasını başlatmıştır. Günümüzde okur temsilcisi ve okur temsilciliği köşesi bulunan Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri bu uygulamayı farklı köşe yapılarıyla devam ettirmeye çalışmaktadırlar.

Okur temsilciliği iki şekilde yapılmaktadır. İlk sistemde basın parlamentosu ve idareci güç temsilcilerinden oluşan seçim kurulu okur temsilcisini seçerken ikinci sistemde okur temsilcisinin kim olacağına seçimi yerini gazete sahiplik yapısına bırakmaktadır.

Günümüzde Türk basının da uygulanan sistem ikinci seçenekteki gibi olup, okur temsilcileri gazete sahipleri tarafından kıdemli, emekli olmuş herhangi bir gazeteyle bağı kalmamış gazetecilerden seçilmektedir. Bu durumda okur temsilcilerinin gazete sahipliğinden ve gazetenin kendi iç dinamik yapısından bağımsız bir tutum içine girebilmesini neredeyse imkansız hale getirmiştir. Objektif olamayan okur temsilcileri okurun şikayetlerine yer verirken de yine aynı taraflı yaklaşıma devam ederek yayınlanacak mektup seçimi, cevaplanan şikayetler, okur mektubunun yayınlanma sayısı, cevaplanan okur mektuplarındaki okura verilen haklılık payı gibi tamamen tarafsız olması gereken konularda kendi çalıştığı kurum menfaatine bir tutum sergilemektedir.

Okur temsilcisi her hafta pazartesi günü düzenli olarak yayınladığı köşesinde ilk olarak kendi gündemine ait olan görüş ve önerilerini yazdığı bir köşe yazısına yer vererek medyada gelişen gündem olaylarının denetçiliğini yapmaya çalışmaktadır. Köşesinin diğer kısmında ise okurdan gelen şikayetleri ve önerilere yer verdikleri okur mektuplarını yayınlarak kendi kriterlerine göre uygun gördüklerini cevaplayarak yürütmekte olduğu gözlemlenmiştir.

Tezin devamında, tüm bu anlatılanlar ve sorunlar ışığında, günümüz medyasında okurun gazetede yerini ve kendini nasıl ifade ettiğini öğrenme gayesiyle, Hürriyet,



Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde bulunan okur temsilcilerinin köşelerinde okura nasıl yer verildiği ve bu köşelerin hangi özelliklere sahip olduğunu ortaya koymayı amaçlayan nicel bir araştırma yapılmış ve ortaya şu sonuçlar çıkmıştır.

Okur temsilcileri kendi gündemlerine ait yazılarını paylaştıkları köşelerinde medyanın, rakip kuruluşların sık sık eleştirisinin yaparken kendi medya kuruluşuyla ilgili yazdığı yazılarda eleştiriden çok övgüye yer vermektedir. Genel olarak gazeteci ve gazeteciliğin genel tanımı, gazetede etik değerler, gazetecilik türleri, haber ve yazım yanlışları, internet gazeteciliği, okur temsilciliğinin görev tanımı ve medyadaki gündeme ilişkin yazılar yazmışlardır.

Gazeteci ve gazeteciliğin genel tanımını yaparken gazeteciliğin etik kurallar bağlamındaki sorunları, iş ahlakı tartışmaları, gazeteciliğin ve gazetecilerin eleştirisi yapılarak genelde kendi gazete çalışanlarının davranış biçimini örnek verdiği ideal olanın kendi gazetesi ve bakış açısı olduğunu okura benimsetmeye çalışan bir okur temsilciliği köşesi ortaya çıkmaktadır. Okur temsilcilerinin bunu yaparken hem diğer gazeteleri eleştirdikleri hem de köşelerinde birbirleriyle karşılıklı tartışmalara girmiş olduğu gözlenmiştir.

Okur temsilcilerinin gazetede etik değerler ile ilgili görüşleri ise kendilerini gerek gazetecilik mesleğine harcadıkları süre gerekse yaşlarından dolayı bir kıstas belirleme yoluna gitmeye itmiştir. Araştırma sırasında genel geçer gazetecilik etik değerleri ve ilkelerinden yola çıkarak kendi çalıştıkları kurum ve kendi görüş açıları ile betimledikleri kriterlere göre medyanın gündemini ve içeriğini eleştirerek köşelerine taşıdıkları sonucuna varılmıştır.

Okur temsilcilerinin gazetecilik türleri üzerine kendi görüşlerini belirttikleri yazılarında ise genellikle gazetecilik mesleğinin kendi içinde ayrıldığı dallar ve bu alanların gerek günümüz medyasına getirdiği baskı gerekse gazetecilerin yeterli önemi vermemelerinden kaynaklı yaşadığı deformeleri işlemektedirler. Okur temsilcileri gazetecilerin çeşitli kriterlere göre belirlenen habercilik anlayışları ve türlerini haber yapma sürecinde nasıl kullandıklarını ve bunların günümüz medyasında nasıl yansıdığını yine sayfalarında tartışarak, bu tür gazetecilik

branşlarını örneklendirerek günümüz medyasının hatalarını ortaya koymaya çalışmaktadırlar.

Okur temsilcilerinin haber ve yazım yanlışları ile ilgili yazdıkları yazılardan göze çarpan en önemli detay okur temsilciliğinin okur ile gazete arasındaki arabulucu kimliğinin tekzip cevaplayan kişi konumuna dönüşmesidir. Hem okura hem de gazeteye eşit mesafede durması gereken okur temsilcileri gerek iş verenlerinin kendilerine yükledikleri görev alanından gerekse kendi meslek gruplarına ters düşecek yorumlarda bulunarak eleştirilmekten korktuklarından bu gerekliliği yerine getirememektedirler.

Haberde yazım yanlışları ve imla hataları okur temsilcilerinin kendi gündemlerinde değindikleri en az konu olurken okur mektuplarına bakıldığında bu durum tam tersine seyrederek okurun şikayetlerinin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu durumda okur temsilcilerinin okurun politik ve kendi gazetesini eleştiren yazılarına ve şikayetlerine yer vermektense haberdeki yazım ve imla yazılarına yer vererek daha yumuşak bir alanda konumlandığını ortaya koymaktadır.

Bu durum yazılı-internet gazetesi ilişkisini birbirine bağlı olduğunu göstermekle birlikte internet gazetesi okurunun, bir sorunla karşılaştığında yazılı gazeteyle bildirdiğini ortaya koymaktadır. Okur temsilcileri yazdıkları yazılarda internet siteleri ile ilgili haberlere de yer vererek yazılı gazetede, internet gazetelerinin eleştirilerinin yapılmasına olanak tanımaktadırlar. İnternet gazetesi okurlarının eleştirilerini basılı gazeteyle gönderdikleri şikayetlerle belirtmeleri internet okurunun katılımıyla ilgili de araştırmalar yapılması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Şu ana kadar yapılan tüm araştırma ve tanımlamalarda yapılmaya çalışılan okur temsilciliğinin görev tanımı okurlar tarafından da sık sık eleştirilmekte ve okur temsilcileri de bu konularda yazılar yazarak okur temsilciliğinin görev ve sınırlılıklarını ortaya koymaya çalışmıştır. Genellikle okurların mektuplarına yer verilmediğinden, okur temsilcilerinin kendi gazetelerini öven ve diğer gazeteleri eleştiren tutumlarında kaynaklanan siteler okur temsilcileri tarafından bertaraf edilmeye çalışılmaktadır.

Okur temsilcileri medyadaki gündem haberlerine ilişkin yazıları, kendi gazetelerinin gündeme bakış açısı ile doğrudan orantılıdır. Çoğunlukla medyadaki gündem ile okur

temsilcilerinin kendi gündemlerinin farklı olduğu ve gündemi aynı anda takip etmedikleri gözlemlenmektedir. Okur temsilcileri eleştirdikleri gündem haberlerinde ise daha nötr ve naif alanlarla ilgili eleştirilerde bulunmaktadır. Araştırma sonucunda gündem haberlerine en çok yer veren okur temsilcisinin Cumhuriyet Gazetesi okur temsilcisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Okur temsilcilerinin gazete okurunun hem gazete tarafından hem de yine okur tarafından nasıl konumlandığına ilişkin tutumlarını, kendi gündemlerine ait yazdıkları yazılardan anlamak mümkündür. Araştırma sonucunda okur temsilcilerinin farklı gazete okurlarının, okur temsilcilerinin çalıştığı gazeteleri eleştirmeleri ve bunu yaparken diğer gazeteleri örnek göstermeleri okur temsilcileri köşelerinde çoğu zaman okur temsilcisinin kendi gazetesini haklı çıkarmaya çalışan yazıları ile değerlendirilmekte olduğunu ortaya çıkartmıştır. Bir diğer araştırma sonucu ise okurların bilinçlenmesi ve haklarını savunabilmeleri için yeni yürürlüğe girecek veya girmiş olan yasalardan ve haklardan köşelerinde bahseden okur temsilcilerinin okurların bu yeni gelişmelerden haberdar olmalarını sağlayarak okuru bilinçlendirmeye çalışmasıdır.

Gazetede okurun yeriyle ilgili fikirlerini yine medyanın içinde bulunduğu handikaplardan yola çıkarak analiz etmeye çalışan okur temsilcileri, bu durumun düzelebilmesi için belirli önerilerde bulunmuştur. Yine okuru bilinçlendirmeye yönelik köşelerinde yer verdikleri duyuru ve gelişmelerden bahseden okur temsilcileri hem tüketicilerin hem de üreticilerin haklarından bahsederek bir ilişki kurmayı amaçlamıştır.

Okur temsilcilerinin medyanın içinde bulunduğu sahiplik yapısı ile ilgili görüş ve tutumları sık sık yazılarında kendisini hissettirmekte ve bu durumun hem okur temsilcisi hem de okur tarafından nasıl algılanıp kodlandığı araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır.

Araştırmada; yapılan incelemelerin ve taramaların genellikle kendi gazeteleri aleyhine sonuçlanmasını sağlayan okur temsilcileri gerek gazeteci-patron ilişkisinden gerekse ideolojik düşünce yapılarından dolayı bu tür durumlarda çoğunlukla kendi gazetelerini haklı göstererek aslında okur temsilcisinin görevi olan tarafsız “Okur

Ombudsmanlığı”nı bir nevi gazetenin halkla ilişkiler temsilciliğine dönüştürmüş oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda farklı gazetelerin yayın politikaları ve habere olan yaklaşımı yine okur temsilcilerinin köşelerinde yazdıkları yazılarda konu olan alanlardandır. Okur temsilcilerinin, farklı gazete kuruluşlarının yayın yaparken takındıkları tutum ve davranışlarını analiz etme temelinde kendi gazetelerini idealleştirme olarak ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda medya, gazete, gazeteci, patron, okurun birbirlerine bağlı bir ilişki içinde bulunduğu ve bu ilişki yumağının bir halkanın düzelmeden diğerinin düzelmesine engel olduğu sonucuna varılmıştır. Gazete okurunun bu düzen içinde kendi sesini duyurabilmesinin ise belli kalıplarla sınırlandırıldığı ve bu eleştirilerini bu sınırların dışında yapmak istediğinde ise yok sayıldığı ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde ise Cumhuriyet, Hürriyet Milliyet ve Sabah gazeteleri okur temsilcisi köşelerine ilişkin genel bulgular tablolar halinde belirtilerek değerlendirilmiştir. Araştırmada Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yer alan, okurdan gelen şikayet mektupları incelenerek çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Araştırmanın bu bölümünde sadece okur temsilcisi köşesinde yer alan okur mektuplarının eleştirileri analiz edilmiştir.

Bu çalışmada, ele alınan dönemlerde Cumhuriyet gazetesinden “278”, Hürriyet Gazetesi’nden “236”, Milliyet Gazetesi’nden “35” ve Sabah Gazetesi’nden “54” okur mektubu olmak üzere toplam 603 okur mektubu şikâyeti incelenmiştir.

Bu durum ortaya koymaktadır ki araştırma kapsamında bulunan dört gazeteden en çok Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi kendi görüşlerinin yanı sıra okurun da görüşlerini önemseyerek okura sesini duyurabileceği bir alan yaratmaktadır. Hürriyet gazetesi okur temsilcisi ise hem okura hem de kendi görüşlerine yer vererek zaman zaman kendi görüşlerini zaman zaman da kendi görüşlerini öne çıkaran yazılar yazmaktadır. Milliyet ve Sabah gazetesi okur temsilcileri ise okurun şikayetleri yerine çoğu zaman kendi görüşlerine yer verdikleri yazılar ile okur temsilciliği köşesini okurun şikayet ve önerilerine en az yer vererek devam etmektedirler.

Bu incelemeyle elde edilen bulgulara göre incelenen dört gazetede gönderilen eleştirilerin büyük bir çoğunluğunun bizzat okuyucudan gelmiş olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında incelenen dört gazetede de eleştirilerin büyük çoğunluğunun okur tarafından yapılmakta olması ortaya koymaktadır ki gazete okuru gazete, haber, gazeteci, muhabir ilişkisine dair önemli bir halka, adeta bir denetçi durumundadır. Gazete okurunun gazeteye olan bu yoğun ilgisi gazete sahipleri tarafından ciddiye alınarak gazetede hem katılım hem de kendilerini özgürce temsil edebilecekleri bir alana ihtiyaçları olduğunu ortaya koymuştur.

Her dört gazetede okuyucular tarafından eleştirilen haberlerin, gazetelerin hangi sayfalarında yer aldığına bakmak, hangi kesimlerin hangi sayfalarda yer alan haberleri daha çok eleştirdiği hakkında fikir vermektedir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre; Cumhuriyet Gazetesi okurlarının “180” kez Hürriyet Gazetesi okurlarının “117” kez, Milliyet Gazetesi okurlarının “32” kez ve Sabah Gazetesi okurlarının da “37” kez eleştirdikleri haberlerin gazetenin hangi sayfasında yayınlandığı belirtilmiştir.

Araştırmada incelenmiş olan gazetelerin okur temsilcisi köşelerindeki okur mektuplarının ilgili gazetede yayınlandığı sayfalara bakıldığında, okur temsilcisi köşelerinde eleştirileri yapılan haberlerin gazetede ne kadar zaman önce yayınlandığına ilişkin durumu ile doğru orantılı bir tablo ortaya çıkmaktadır. Çok fazla okur şikayetine yer veren gazetelerde daha az okur şikayetine yer veren gazetelere göre şikayete konu olan sayfanın belirtilmediği ortaya çıkarken daha az okur şikayetine yer veren gazetelerinse okur şikayetlerinin hangi sayfada yayınlanma durumunun daha fazla belirtildiği ortaya çıkmıştır. Bu durumda sayısal olarak fazla okur mektubuna yer veren gazetelerin daha az yer veren gazetelere göre okur mektupları üzerinde görece daha az sansürlü bir seçim yaptığı düşüncesini doğurmuştur.

Okur temsilcisi köşelerinde yer alan haber eleştirilerinin en çok, haberin “içeriği” ile ilgili olduğu görülmektedir. İçeriğin bu kadar çok eleştirilmesini okurun şikayete konu olan haberi kendi kültür birikimine göre yorumlayarak anlam çıkarması olarak ortaya çıkması araştırmanın bir diğer sonucudur. Okur gazetede yer alan haberi metinsel anlamda nasıl kodlanırsa kodlansın kendi hayat görüşü ve birikimine göre yeniden değerlendirerek bir anlam bütünü ortaya çıkartmaktadır.

Haber eleştirilerinin kendi içinde konularına göre dağılımına bakıldığında ise en fazla eleştirilen kategorinin “dil yanlışlıkları” olduğu ortaya çıkmaktadır. Okur şikayetlerine göre yapılan bu değerlendirmede okur temsilcisi tarafından yer verilen okur mektuplarında ağırlıklı olarak dil yanlışlarına yer verilmiş olması daha önce yapılan eleştirinin hangi bölümle ilgili olduğu durumuyla uyum göstermemekte ve burada bir editöryal müdahale olup olmadığı sorusunu akla getirmektedir. Kendi görüşlerine göre şikayete konu olan haberi değerlendirme yetisine sahip olan okurun bu yetisini çoğunlukla dil yanlışları ve imla alanında kullanmış olması okur mektuplarının gazetede yayınlanma aşamasında bilinçli bir seçim olup olmadığı şüphesinin ortaya çıktığı sonucunu doğurmuştur.

Araştırma kapsamında ortaya çıkan bir diğer sonuç da okur tarafından şikâyet edilen haberlerin kimler tarafından yapıldığının açıkça verilir verilmeme durumudur. Araştırma sonucunda “Haberi hazırlayanların kimliği” açıkça belirtilmekten kaçınılmış, bu durumda ortaya koymuştur ki okur temsilcileri kendi gazetelerinde ve kurumlarında çalışan gazeteci ve medya çalışanlarını korumak için isim vermek yerine kendi aracılık yaparak bir ara yol bulmaya çalışmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen dört gazetede cevaplanan şikayetlerin kimler tarafından cevaplandığına da bakılmıştır. Habere dahil olan kişi, kurum ve muhabir tarafından cevabın verilmesi okurun kendisini ciddiye alındığını hissetmesine ve bir gazetede bir alanı olduğunu düşünmesini sağlamaktadır. Okur temsilcileri köşelerinde yer verdikleri okur şikayetlerini çoğunlukla kendileri cevaplayarak bir dil bütünlüğü sağlamaya çalışmakta ama aynı zamanda okurun muhatabı olarak kendilerini göstererek muhabir, gazete çalışanı ile okur arasında bir mesafe sokmaktadır. Sonuç olarak okur temsilcileri farkında olarak veya olmadan okur ile gazete arasında bir mesafe açılmasına neden olmaktadır.

Araştırma sonucunda okur temsilcilerinin genel olarak okur tarafından yapılan şikayetlerde okuru haklı bularak okur yanlı bir yaklaşımda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumda okurun okur temsilcisine ve daha sonra gazetenin kimliğine güven duymasına ve sesini duyurabileceği bir alana sahip olduğu izlenimini yaratmaktadır.

Yapılan çalışmada ayrıca okur temsilcisi dışında haber eleştirilerini yanıtlayanların eleştirilere ne tür yanıtlar verdikleri de incelenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen gazetelerdeki okur şikayetleri üzerinden gazetenin tutumunun analizine ilişkin bir değerlendirme gazetenin okura karşı olan yaklaşımı, tarafsızlığı ve ne kadar ciddiye aldığını ortaya koymak için çok önemli bir analiz birimini oluşturmaktadır. Araştırma verilerine göre; dört gazetede muhabir-okur arasındaki şikayetlerde çoğunlukla okuru haklı bulurken, okur ve gazetenin tutumu ve duruşu ile ilgili şikayetlerde ise gazete yanlısı bir davranış biçimine girmiş ve gazeteyi savunan bir davranış biçiminde olduğu sonucuna varılmıştır.

Haber eleştiren kişilerin sonucu olarak okuyucuların eleştirdiği yazıların diğer eleştirenlerden daha çok olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada ayrıca Cumhuriyet, Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde okur temsilcisi köşelerinde eleştirilen haberlerin “ne kadar zaman önce”, ilgili gazetede yayımlandıkları ile bu haberlerin kimler tarafından eleştirildiklerine bakılarak, okur temsilcisi köşelerinde hangi kesimlerin haber eleştirilerine daha hızlı tepki verdikleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak en fazla okur mektubuna da yer veren gazete olan Cumhuriyet gazetesi okurlarının gazete içeriğine daha hızlı tepki verdikleri görülmüştür.

Araştırmada ele alınan gazetelerde haberlerin hangi konularda eleştirildikleri ile okur temsilcisinin bu eleştirileri yanıtlarken söz konusu haberleri hazırlayanların kimliklerini açıkça yazıp yazmadığına ve gazete çalışanlarına eleştiri konusunda söz hakkı verip vermediğine de bakılmıştır. Sonuç olarak çoğunlukla haberi yapan muhabirin belirtilmediğine varılan bu araştırmada söz konusu bu dört gazete arasında, muhabirin kimliğinin belirtilme durumunun görece fazla olduğu gazete Sabah Gazetesi’dir.

Okur temsilcilerinin bir medya grubuna bağlı olarak çalışıyor olmaları durumunun, görece özerkliğinin ve kendi yayın kuruluşundan bağımsız hareket etme özgürlüğünü ne derecede etkilediği ortaya koymak için yapılan araştırmanın üçüncü kısmında ise şu sonuçlara varılmıştır.

Cumhuriyet gazetesinde okur temsilcisi köşelerinde yer verdiği okur şikayetlerini genellikle “Okurlardan kısa kısa” başlığı altında kendi görüşlerinin yer aldığı

bölümün altında verdiği ve haftada (1) bir okur mektubuna cevap verdiği gözlemlenirken, Hürriyet gazetesi okur temsilcisinin okur temsilcisi köşesini sadece okurların değil tüm gazete çalışanlarının takip ettiğini düşünerek okur şikâyetlerinin hepsini yanıtlamadan yayınlayıp bazen (1) bir bazı haftalar (2) iki okur mektubuna cevap verdiği gözlemlenmiştir.

Araştırma kapsamında bir yıl boyunca incelenen dört gazeteden en az okur şikâyetini köşesine taşıyıp cevaplayan gazete olan Milliyet gazetesi okur temsilcisinin okur mektuplarına diğer gazetelerden farklı olarak genel bir çerçeve çizerek kendi ağzından yer verdiği çok sık okurun ağzından mektuplar yayınlamadığı gözlemlenmiştir. Sabah gazetesi okur temsilcisi de yine aynı şekilde kısa kısa okurun mektuplarına yer vermekten ziyade genel bir bütünlük içinde kendi gündemine ait konularla birlikte köşesine taşıdığı gözlemlenmiştir.

Okur temsilcileri kendi köşelerinde yer verdikleri okur mektuplarında farklılıklara ve benzerliklere sahiptirler. Araştırma kapsamında yapılan inceleme sonucu Cumhuriyet ve Milliyet gazetesi en çok okur mektubuna yer veren gazeteyken okur mektuplarının cevaplanma oranlarına bakıldığında en az okur mektubuna yer veren Sabah gazetesinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Editöryal olarak okur mektuplarından seçmeler yaparak kendi yayın politikalarına uygun olanlarını seçerek cevap verme yoluna giden Milliyet gazetesi görece daha az seçim ve eleme yapan Cumhuriyet, Sabah ve Hürriyet Gazetelerinden daha az okur mektubuna yer verip hemen hemen hepsini cevaplamıştır. Bu durumda okurların gazetede seslerini duyurabilmeleri için hem gazetenin hem de okur temsilcisinin görüş ve yapısına uygun hareket etmeleri zorunluluğunu doğurmuştur. Sonuç olarak okur temsilcileri okuru tektipleştirmeye çalışırken aynı zamanda ideal olan okuru köşelerinde överek kendi görüş ve bakış açılarına uygun bir okur kitlesi yaratmaya çalışmaktadırlar.

Okur temsilcilerinin okura hak verip vermeme durumunun araştırma kapsamında incelenen dört gazetede benzer şekillerde olduğu gözlemlenmiştir. Okur temsilcileri okur şikâyetlerine cevap verirken gazetenin ideolojik bakış açısı ve kimliğiyle ilgili sorunlardan çok gazetenin içinde yer alan sayfa düzeni, haberde dil yanlışlığı, internet gazetesi gibi konularda sürekli okuru haklı bulmaktadır. Bu durum şunu



göstermektedir ki okur temsilcileri gazetesinin görüşlerine çok ters düşmeyen ve ideolojik duruşunu eleştirmeyen şikayetleri kabul ederek kendi için önemli olan konularda sınırlarını korumaktadır.

Okur temsilcileri, hem kendi hem de gazeteci arkadaşlarının görev yapma biçimleri ve gazetecilik mesleğiyle ilgili yapılan eleştirilere cevap vererek bu tarz düşünen okurları ikna etmeye ve kendilerini anlatmaya çalışmaktadırlar. Bunu yaparken de köşelerinde hem kendi hem de haberi yapan kişinin görüşüne yer vererek bir bağ kurmayı amaçlamış oldukları ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırma sonucunda eleştiriye konu olan haberlerin kaynağının hem belirtilmemesi hem de çoğunlukla sözü edilen eleştirilere okur temsilcilerinin cevap vermesi ortaya koymaktadır ki okur temsilciliğini yürüten kişiler, okurun temsilcisi olmaktan çıkmış aksine okur ile gazete arasındaki ilişkiyi mesafelendiren ve çalıştıkları gazete yanlısı bir ayrıştırıcı haline gelmiştir.

Bugüne kadar kısıtlı araştırmalarla okurun ne anladığı, nasıl anladığı ve hangi hazları duyduğundan çok okurun gazete içinde bir yeri olup olmadığını ve bu yerin okurun duygu ve düşüncelerine ne kadar yer verdiğini anlama üzerine oturtuluş olan bu tez hem günümüzdeki okur temsilciliği kavramının tanımı ve işlevinin belirlenmesi açısından hem de gazete okurunun gazetede yerini anlayabilmek adına bakılabilecek öncü çalışmalar arasına gireceği öngörülmüştür.

En sade tanımıyla okurlardan medyadaki gündeme ve içeriklerine yönelik yapılan eleştirileri gazetede ilgili birimlere ileterek, sorunların bir daha tekrar etmemesi için gerekli önlemleri almayı hedefleyen okur temsilcilerinin yapılan araştırma sonucunda hem Türk medyasında uygulanan okur temsilciliği seçim sisteminden hem de editöryal baskılar nedeniyle, okurun sesi olmaktan çıkarak, köşeleri kendi gazetelerinin menfaatine dayalı yapılmış yazılara ve okur mektuplarına ayırdıkları gözlemlenmiştir. Araştırmanın en baş sorununu oluşturan gazetede okurun kendisini doğru ve net bir şekilde ifade edip edemediğinin cevabı da bu araştırma sonucunda ortaya çıkmıştır. Okur temsilcileri okur ile gazete arasındaki bir bağ olma durumundan çok gazeteye yönelik yapılan okur eleştirilerini bertaraf eden ve bir süzgeç görevi gören bir gazete çalışanı haline dönüşmüştür.

Sonuç olarak araştırma kapsamında incelenen dört gazetede, Okur mektuplarına ve şikayetlerine yer vermeleri ve cevaplamaları için bulunan okur temsilciliği köşelerinin okur şikayetlerine çok kısa bir şekilde yer verdikleri ortaya çıkmıştır. Gazetenin okur dostu ve okurun gazetede önemli bir lokomotif parçası olduğunu hissettirmesi gereken okur temsilciliği köşeleri günümüz medyasının ve sahiplik yapısının içinde bulunduğu durumdan dolayı işlevini kaybetmiştir. Araştırma sonucunda okurun görüşlerinin gazetenin haber yapım ve yayınlama sürecinde çok önemli bir rol oynamadığı ortaya çıkmış, okurun hem değersizleşmiş hem de önemsiz bir konuma gelmiş olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın neticesinde ortaya çıkan sonuçlar ışığında kitle iletişiminin önemli bir unsuru olan alıcının yani okurun pasifize edilme durumu günümüz medyasının en önemli sorunlarından biri olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun düzelebilmesi çok büyük bir değişimin ve farkındalığın yaratılmasını gerektirmekte, bu imkansız görünen değişim için ilk önce en küçük birimden başlayarak okura gazetelerden bağımsız, mülkiyet ilişkilerinin içine dahil olmadığı, seçici kurulun bir tarafa hizmet etmediği bir ses duyurma alanı gerekmektedir. Bunun için bu tezin özelinde incelenen okur temsilciliği köşeleri önemli bir başlangıç noktasıdır. Okur temsilciliği sisteminin gazete okur temsilciliğinden daha tarafsız ve güvenilir bir kurum haline dönüşmesi bunu için önemli bir başlangıçtır. Bu durumun değişmesi için önerilen sistem ve faydaları aşağıda sıralanmıştır.

RTÜK gibi bir kurumun oluşturulmasıyla, yürütme kurulunda hukukçu, akademisyenlerin ve alanlarında deneyimli emektar gazetecilerin bir gazeteye bağlı olmadan maaşlarını bu kurumdan alarak, gazetelerden bağımsız olarak işleyecek, online yayınlanan, okurların şikayetlerinin internet yoluyla iletildiği ve baş okur temsilcisinin, gazetelerdeki okur temsilcilerine okurlardan gelen şikayetlerini yönlendirerek cevap istedikleri bir sistemdir.

Sağladığı faydalar;

- Okura tarafsız ve ideolojik etkiler olmadan belirli yazım kuralları dahilinde fikrini ve düşüncesini ifade edebildiği bir alanın yaratılmış olması,
- Haftada bir gün yayınlanan okur temsilciliği köşelerinin online platforma taşınmasıyla birlikte okurun gazetede ki kısıtlı yerinin genişlemesi ve cevap bekleme süresinin kısalması,
- Her yayınlanan okur mektubunun cevaplanması politikasını güderek, okurun gazete çalışanlarının ve habercilerin okurun haber yapma ve yayınlama sürecinde bir aktör olduğunu kabul etmeleri,
- Eleştirilme sisteminin daha kolay ve açık olmasıyla gazetecilik etik standartlarının yükselmesi,
- Önemli bir kitle iletişimi aracı olan gazetenin yeni medya düzeni içindeki yerini, önemini ve okur tarafından güvenilirliğini koruması ve artırması,
- Emekli gazetecilerin hem yaşamlarını sürdürebilmek hem de sahip oldukları deneyimleri bir sisteme ve düşünce mekanizmasına bağlı olmadan ifade edebilmeleri,
- Okur temsilcilerinin, kendi gazeteleri dışında da bir platformda var olabilmeleri.

## KAYNAKÇA

- Alemdar, K., & Erdoğan, İ. (2005). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk. (2. Baskı).
- Alemdar, Z. (1999). *Oyunun kuralı: basında özdenetim*. Bilgi Basımevi. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Arık, M. B. (2006). “Pınar Altuğ Olayı Bağlamında Çapraz Tekelleşmenin Habere Etkisi” İletişim Yazıları. Tablet Yayınevi, Konya.
- Arık, M. B. (2006). "Raymod Williams", *Kadife Karanlık- 2. Ed: Nurdoğan Rigel*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Atabek, N. (2003). *Propaganda ve Toplumsal Kontrol*. Selçuk İletişim Dergisi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2(4), 4-12.
- Avşar, Z. (2005). *Düzenleme ve uygulamalarla medyada denetim*. Ankara: Piramit Yayıncılık.
- Aydın, Ş. O. (2007). *Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- Bayram, F. (2007). “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımına Göre Okuyucu Davranışları, Tercihleri ve Nedenleri Üzerine Bir Uygulama”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, . Eskişehir.: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Belsey, A. C. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. çev: Nurçay Türkoğlu İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bennett, W. L. (2000). *Politik İllüzyon ve Medya*. çev: Seyfi Say İstanbul: Nehir Yayınevi.
- Çebi, S. M. (2003). *Medya Etki Araştırmaları (1.Baskı)*. Ankara: Alternatif Yayınlar.

- Desmoulin, N. Ç. (1995). *Medya Ekonomisi çev: Galip Üstün*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (1990). *İletişim ve toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi, 108-110.
- Erdoğan, İ. (1997). *İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş (1. Baskı)*. Ankara: İmge Yayınlar.
- Ersöz, Ö. (1999). *2000’li yıllarda yazılı basının geleceği*. İstanbul: Doğan Ofset.
- Fejes, F. (1994). “*Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri: Yok olan İzleyici Sorunu*” içinde (Derleyen: Mehmet Küçük). *Medya İktidar İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınları.
- Fiske, J. (. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş (1. Baskı)*. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.ARK.
- Fiske, J.(1991). *Popüler Kültürü Anlamak*. çev: Süleyman İrvan Ankara: ArkBilim ve Sanat Yayınları .
- Freud, S. ( 2006). *3. Baskı Kitle Psikolojisi*. çev. Kamuran Şipal.İstanbul: Cem Yayınevi.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilik etik’i*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri (1.Baskı)*. İstanbul: Der Yayınları.
- Golding, P. M. (1991). “*Kültür İletişim ve Ekonomi Politik*” *Medya Kültür Siyaset*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Gökçe, O. (1993). *İletişim Bilimine Giriş (1. Baskı)*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gramsci, A., (2009). *Hapishane Defterleri*. çev: Kenan Somer Ankara: Aşına Kitaplar.

Halıcı, C. (1998). “*Basında Okurluk Araştırmaları (Türkiye-Avrupa Karşılaştırması)*”. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. . Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Herman, E. C. (1988). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*. Çev: İsmail Kaplan Ankara: Minerva Yayınları.

Horkheimer, M. A. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. çev Oğuz Özügül İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

İnceoğlu, M. (1985). *Güdüleme Teknikleri*. Ankara: A.Ü.S.B.F Basın Yayın Yüksekokulu Basımevi.

İnceoğlu, Y. (2004 ). *Uluslararası Medya*. İstanbul: Der Yayınları.

Jensen, Klaus Bruhn - Rosengren, Karl Erik - Morley, David - Hoijer, Brigitta - Sender, Katherine - Biltreyst, Daniel - Hall, Stuart - Roscoe, Jame - Marshall, Harriette - Gleeson Kate, - Seaman, William R. (2005). çev:Yavuz, Ş. *Medya ve İzleyici – Bitmeyen Tartışma*. Ankara: Vadi Yayınları.

Kaya, Y. A. (2005). *Okur Kimdir? Ne, Neden, Nerede, Nasıl, Ne zaman okur, okumaz? Yerel Basın Okur Analizi (1. Baskı)*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

Keane, J. Ç. (1999). *Medya ve Demokrasi*. çev: Haluk Şahin İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Laclau, E. M. (1992). *Hegemonya ve Sosyalist Strateji*. çev: Ahmet Kardam İstanbul: Birikim Yayınları.

Lasswell, H. D.(1997). *Toplum Yaşamında İletişimin Yapısı ve İşlevi*. çev: Nazife Güngör Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, sayı 4, , 35-47.

Nabi, A. (1990 ). *Enformatik Cehalet* . İstanbul: Rehber Yayınları.

Toköz, O. (1994 ). *Temel Gazetecilik*. (3. Baskı). Ankara: İmge Kitabevi.

Oskay, Ü. (1985). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş (3. Baskı)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

- Özbek, M. (1994). *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim.
- Özkara, Ö., & Dokuzlar N. ve Özkan, G. (2009). Yerel seçimlerde Eskişehir basını: basın özgürlüğünün kullanılma biçimi. *Medya ve Etik Sempozyumu*. Elazığ: Fırat Üniversitesi.
- Sezgin, S. (1999). *Günümüzde Gazeteci Kimdir?* İstanbul: İletim.
- Shoemaker, P. ve Reese, S. D. (1997) “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerine Etkisi”, içinde: *Medya Kültür Siyaset*, 99-136. Süleyman İrvan (çev. ve der), Ankara: Ark Yayınevi.
- Storey, J.(2000). *Popüler Kültür Çalışmaları – Kuramlar ve Metotlar*. çev: K. Karaşahin. İstanbul: Babil Yayınları.
- Taşkıran, N.Ö. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*, Beta, İstanbul..
- Tılınc, D. (1999). *Utaniyorum Ama Gazeteciyim: Türkiye ve Yunanistan’da Gazetecilik*. İstanbul: İletişim.
- Tortop, N. (1998). *Ombudsman sistemi ve çeşitli ülkelerde uygulanması*. Amme İdaresi Dergisi.(31-1)
- Williams, R. (2003). *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim* çev:. Ahmet Ulvi Türkbağ Ankara: Dost Kitabevi.
- Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları - Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, 2. Baskı*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları (1. Baskı)*. İzmir: Nadir Kitabevi.
- Yücedoğan, A. (1998). *Türkiye ve Fransa’da Gazeteci Kimliği Sorunu*. İstanbul: İ.Ü İletişim Fakültesi Yayınları.
- Yüksel, E. (1994). *İletişim Kuramları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yüksel, E., Gürcan, Halil İbrahim (2005). *Haber Toplama ve Yazma (1. Basım)*. Konya: Tablet Yayınları.

Zeytinli, M. (1996). *Uluslararası Haber Dolaşımın Sorunları*. Yeni Türkiye.

## Çevrimiçi Kaynaklar

Morley, D. (2008). *Audience Research*. tarihinde <http://www.museum.tv/archives/etv/A.htmlA.audiencerese.audiencerese.htm>, erişim tarihi: 11.12.2014

Dalgaldere, S. *Elestirel ekonomi politik yaklasim*. <http://dalgaldere.blogspot.com.tr/2009/02/elestirel-ekonomi-politik-yaklasim>, erişim tarihi: 05 11, 2014

Basınkonseyi, [www.byegm.gov.tr/turkce/turk-basini/gazeteler](http://www.byegm.gov.tr/turkce/turk-basini/gazeteler), erişim tarihi: 13.11.2013

(<http://rsf.org/index2014.tr-index2014.php>, erişim tarihi: 01.07.2014

[www.kamudenetcligi.gov.tr/custom\\_page-325-kanun.htm](http://www.kamudenetcligi.gov.tr/custom_page-325-kanun.htm), erişim tarihi: 05.11.2014

[www.tgc.org.tr/bildirge.asp](http://www.tgc.org.tr/bildirge.asp), erişim tarihi: 11.11.2014



## **Araştırmada Kullanılan Gazeteler**

02.09.2013 Milliyet. Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

09.09.2013 Milliyet.Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

16.09.2013 Milliyet. Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

23.09.2013 Milliyet Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

30.09.2013 Milliyet Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

07.10.2013 Milliyet. Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

14.10.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

21.10.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

28.10.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

04.11.2013 Milliyet.Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

11.11.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

18.11.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

25.11.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

02.12.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

09.12.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

16.12.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

23.12.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

30.12.2013 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
06.01.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
13.01.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
20.01.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
27.01.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
03.02.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
10.02.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
17.02.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
24.02.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
03.03.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
10.03.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
17.03.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
24.03.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
07.04.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
14.04.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
21.04.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
28.04.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
05.05.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
12.05.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
19.05.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
26.05.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi

02.06.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
09.06.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
16.06.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
23.06.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
30.06.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
07.07.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
14.07.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
21.07.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
28.07.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
04.08.2014 Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
11.08.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
18.08.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
25.08.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
01.09.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
08.09.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
15.09.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
22.09.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi  
29.09.2014 Milliyet .Hürriyet. Cumhuriyet. Sabah Gazetesi