



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

**GAZETECİLİK ALANINDA ETİK TARTIŞMALAR VE
OMBUDSMANLIK: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

İpek KAYA

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2020

GAZETECİLİK ALANINDA ETİK TARTIŞMALAR VE OMBUDSMANLIK: TÜRKİYE
ÖRNEĞİ

İpek KAYA

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2020

TEŞEKKÜR

Bu çalıŐmayı gerçekleştirirken bilgi ve desteğini benden hiçbir zaman esirgemeyen, sabır ve hoŐgörüyle çalışma boyunca eleştirileri ve sorularıyla bana yeni ufuklar açan danıŐmanım **Prof. Dr. Mutlu BİNARK'a**;

Hayatım boyunca beni sürekli destekleyen, yanımda olan babam **Remzi KAYA**'ya;

Yorumları ve katkıları için değerli jüri üyesi hocalarım **Prof. Dr. Ruhdan UZUN** ve **Dr. Öğretim Üyesi Ayşe Nevin YILDIZ'a**;

Dostluğu ve desteği için **Murat ÖZDEMİR'e**

Bu süreçte her zaman yanımda hissettiğim kardeşim **Dilan**'a;

Teşekkür ederim.

ÖZET

KAYA, İpek. Gazetecilik Alanında Etik Tartışmalar ve Ombudsmanlık: Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2020.

Türkiye ekonomisinin 1980’li yıllarda neoliberal politikalara yönelmesi gazetecilik alanında yapısal dönüşümlere neden olmuştur. Gazeteler ticari işletmelere benzer biçimde işlemeye başlamış, reklamlara olan bağımlılık artmış, gazetecilik alanında tekelleşme eğilimleri yaşanmıştır. Gazetecilik alanına giriş için gerekli olan ekonomik sermaye hacmi arttıkça siyasal alanın gazetecilik alanına müdahalesi de kolaylaşmıştır. Özerk bir alan olması beklenen gazetecilik alanının ekonomik alana ve siyasal alana bağımlı duruma gelmesi gazetecilik alanının “bağımsızlık” krizini derinleştirmiştir.

1990’lı yılların sonunda gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler, gazetelere ve gazetecilere olan güvenin azalması, gazetecilik mesleğinin itibar kaybetmeye başlaması gazetecilik alanında öz-denetim arayışlarını arttırmıştır. Öz-denetim uygulamalarının amacı devlet kontrolünden ve sermaye sahiplerinden bağımsız bir öz denetleme mekanizması ortaya koymak, gazetecilik meslek etiğine uygun gazetecilik yapılmasını sağlamaktır. Bu amaçla uygulamaya konulan öz-denetim mekanizmalarından biri de ombudsmanlıktır. Gazetecilik alanında ombudsmanlık uygulaması için okuyucu editörü, okur temsilcisi, okur savunucusu gibi farklı adlandırılmalar kullanılmaktadır. Türkiye’de ise bu uygulama yaygın olarak okur temsilcisi olarak adlandırılmaktadır. Türkiye’de gazetecilik alanında bir öz-denetim mekanizması olan okur temsilciliği uygulaması ilk kez 1999 yılında Milliyet Gazetesi’nde uygulanmış, yıllar içerisinde yaygınlaşmıştır.

Bu araştırmanın amacı gazetecilik alanı içerisinde özerk bir alt alan olarak kurumsallaşmaya çalışan okur temsilciliğinin nasıl bir uygulama alanı bulduğunu okur temsilcilerinin deneyimleri üzerinden incelemektir. Heteronom bir niteliğe sahip olan gazetecilik alanının başka alanlara olan bağımlılığının ve okur temsilcilerinin gazetecilik alanında yaşadıkları sınırlılıkların tartışıldığı bu çalışmada, Milliyet, Hürriyet, Sabah, Cumhuriyet gazetelerinde okur temsilciliği yapmış ve yapmakta olan okur temsilcileriyle görüşmeler yapılmış ve bu görüşmeler araştırmanın amacına uygun bir biçimde değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: gazetecilik, ombudsmanlık, okur temsilciliği, Bourdieu

ABSTRACT

KAYA, İpek. Ethical Debates in the Field of Journalism and Ombudsman System: The Case of Turkey, Master Thesis, Ankara, 2020.

In Turkey, the economy began to apply neoliberal policies in the 1980s. Thus, structural transformations occurred in the field of journalism. Newspapers were organized as commercial enterprises, dependence on advertisements increased, and monopolization trends occurred in the field of journalism. As the economic capital required for entry into the journalism field increased, the intervention of the political field in the field of journalism became easier. The fact that the field of journalism, which is expected to be an autonomous area, has become dependent on the economic and political fields has deepened the “independence” crisis of the journalism field.

The transformations in the field of journalism at the end of the 1990s, the decrease in trust in newspapers and journalists and the loss of reputation of the journalism profession have increased their search for self-control in the field of journalism. The purpose of self-regulation practices is to establish a self-regulation mechanism independent of state control and capital owners, and to ensure journalism in accordance with journalistic professional ethics. One of the self-regulation mechanisms implemented for this purpose is ombudsman. Different names such as reader editor, reader representative, reader advocate can be used for ombudsman practice in journalism. In Turkey, this practice is commonly referred to as reader representatives. In the field of journalism in Turkey, a self-regulatory mechanism that reads the representative application for the first time applied in the daily Milliyet in 1999, it has become widespread in years.

The aim of this study is to examine the readers' experiences as to what kind of application the readership representative finds trying to institutionalize as an autonomous sub-field within the field of journalism. The aim of this research is to discuss both the dependency of the field of journalism with a heterogeneous quality to other fields and the problems faced by the readers' representatives. For this purpose, interviews were made with the representatives of the readers who were the representatives of Milliyet, Hürriyet, Sabah, and Cumhuriyet, and these interviews were evaluated in accordance with the purpose of the research.

Keywords: journalism, ombudsman, reader representative, Bourdieu

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI	ii
ETİK BEYAN	iii
TEŞEKKÜR	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GAZETECİLİK ALANINDA ETİK TARTIŞMALAR VE OMBUDSMANLIK: TÜRKİYE ÖRNEĞİ	1
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM	18
TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANINA BOURDİEUCÜ BİR YAKLAŞIMLA BAKMAK	18
1.1. PIERRE BOURDİEU'NÜN SOSYOLOJİSİ VE KAVRAM SETLERİ	18
1.1.1. Alan Kavramı	19
1.1.2. Bir Mücadele Arenası Olarak "Alan"	22
1.1.3. Habitus	24
1.1.4 Sermaye	26
1.2. GAZETECİLİK ALANININ OLUŞUMU, İŞLEYİŞ MANTIĞI VE MESLEK ETİĞİ.....	27
1.2.1. Gazetecilik Alanında Etik Tartışmalar ve Gazetecilik Meslek Etiği	29
1.2.2. Gazetecilik Etiğini Demokrasi ve Basın Özgürlüğüyle Birlikte Düşünmek	31
1.2.3. Türkiye'de Gazetecilik Meslek İlkeleri ve Bu İlkelerin Denetimi	36
1.4. TÜRKİYE'DE GAZETECİLİK ALANI VE ALANIN YAPISAL SINIRLILIKLARI.....	39
1.4.1. Türkiye'de Gazetecilik Alanının Kısa Tarihi: Sermayenin Egemenliği ve Alana Giriş Stratejilerinin Dönüşümü	41
1.4.2. Gazetecilik Alanında Yerdeğiştirme ve Yerleştirme Stratejileri: Doğan Medya ve Demirören Grubu Arasındaki Mücadeleye AKP'nin Müdahalesi	51
1.4.3. 15 Temmuz Darbe Girişimi ve OHAL Sürecinde Gazetecilik.....	57
1.4.4. Başkanlık Sistemine Geçiş ve Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına Devredilmesi.....	61
1.5. GAZETECİLİK ALANININ SINIRINDAKİ GAZETECİ	63

2. BÖLÜM	68
OMBUDSMANLIK KURUMUNUN TARİHÇESİ VE GAZETECİLİK ALANINDAKİ İŞLEYİŞİ	68
2.1. OMBUDSMANLIK KURUMUNUN KISA TARİHİ, GÖREV VE YETKİLERİ	68
2.1.2. Ombudsmanlık Türleri	71
2.1.3. Türkiye’de Ombudsmanlık Kurumu	73
2.1.4. Okur Temsilciliğinin Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri	75
2.1.5. Dünyada Okur Temsilciliği Uygulamaları	77
2.1.6. Okur Temsilcisinin Nitelik ve Özellikleri	79
2.1.7. Okur Temsilcilerinin Görev ve Yetkileri.....	80
2.1.8. Okur Temsilcilerinin Basın Etiğine Katkısı	82
2.1.9. Haber Ombudsmanları ve Standart Editörleri Örgütü (ONO).....	84
2.1.10. Türkiye’de Okur Temsilciliğinin Tarihsel Gelişimi	85
3. BÖLÜM	90
TÜRKİYE’DE OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ	90
3.1. 1990’LARDA BAŞLAYAN GAZETECİLİK KRİZİ VE BİR ÖZDENETİM ÇABASI OLARAK OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN ORTAYA ÇIKIŞ ÖYKÜSÜ: ÖZERKLİĞİN KAZANILMASI, ALANIN ORTAYA ÇIKIŞINDAKİ KRİTİK EVRE	90
3.2. GAZETECİLİK MESLEĞİNDEN GELEN OKUR TEMSİLCİLERİNİN GAZETECİLİK ALANINA BAKIŞLARI VE ALANDAKİ KONUMLARI	95
3.3. OKUR TEMSİLCİLERİNİN GAZETECİLİK ALANINDAKİ GÖREVİ	101
3.4. GAZETECİLİK ALANININ YAPISAL SINIRLILIKLARI VE OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ	106
3.4.1. Medya Sahiplik Yapısının Yarattığı Sorunlar ve Sınırlar.....	107
3.4.2. Siyasal Alanın Gazetecilik Alanına Müdahaleleri ve Okur Temsilcileri İçin Yarattığı Sınırlılıklar.....	113
3.5. OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN GELECEĞİ	118
GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	121
KAYNAKÇA	126

EK 1. TEZ GÖRÜŞME SORULARI.....	135
EK 2. ETİK KURUL / KOMİSYON İZİNİ YA DA MUAFİYET FORMU.....	137
EK 3. AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU ÖRNEĞİ.....	139
EK 4. TEZ ORJİNALLİK RAPORU.....	141

GAZETECİLİK ALANINDA ETİK TARTIŞMALAR VE OMBUDSMANLIK: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

GİRİŞ

Gazeteler insanların haber alma gereksinimlerini karşılamak için ortaya çıkmış en önemli ve en eski iletişim araçlarından biridir. Süreli yayın olan gazetelerin temel amacı halkı bilgilendirmektir. Gazetecilik mesleği ise yaklaşık iki yüz yıldır toplumsal sorumluluk ve kamu yararı ilkesiyle hareket etmeyi amaç edinmiş bir meslek olarak tanımlanmaktadır. Michael Schudson'un ifadesiyle ondokuzuncu yüzyılın icadı olan gazetecilik, gazetelerin endüstrileşmesiyle beraber ortaya çıkmış, bu dönemde meslekleşmeye başlamış gazetecilik modeli de bu bağlamda bir dönüşüm geçirmiştir (2010, s. 208-209). Gazetelerin saf enformasyon sağlayan bir edebi tür olarak tanımlanması, gazetecilik mesleğine tarihsel süreç içerisinde sembolik bir güç kazandırmıştır. Gazeteciliği idealleştiren liberal ve ana akım yaklaşımlar medyanın devletten, siyasetten ve ekonomiden bağımsız olabileceğini savunmaktadır fakat bugün dünyada ve Türkiye'de en fazla okunan gazetelerin bu güç odaklarından bağımsız kamu yararı için gazetecilik yaptıklarını iddia etmek pek mümkün değildir.

Çağrı Kaderoğlu Bulut'a göre özellikle (2019) 20. yüzyılın sonlarından günümüze gazetecilikte sermaye etkinliğinin ekonomik, politik ve ideolojik alanlarda arttığı bir dönemdir. Türkiye'de de ekonominin 1980'lerle birlikte neo-liberal politikalara yönelmesi gazetecilik alanını bugünkü yapısına kavuşturmuş, bu zamana kadar küçük işletmeler biçiminde örgütlenen gazeteler, bu süreçle birlikte kapitalist üretim tarzındaki işletmelere benzer biçimde örgütlenmeye başlamıştır. Gazetelere sahip olmak için gereken ekonomik sermayenin hacmi arttıkça mesleği gazetecilik olmayan, farklı alanlarda yatırımları olan iş insanlarının medyaya yatırımları kolaylaşmıştır. Bu süreç medya mülkiyetinin ve kontrolünün büyük sermaye gruplarında toplanmasıyla sonuçlanmış, bu durum okurun haber alma hakkını ve gazetecilerin özgürlüğünü etkileyen yapısal bir soruna dönüşmüştür. Gazetecilik alanı tarihsel süreçte özellikle 80'lerden günümüze kadar yaşadığı dönüşümler sonucunda sermaye sahipliği, reklam sorunu, medyanın iktidarla ilişkileri gibi alanın yapısal sorunları dediğimiz bugün

özerklik sorunu olarak tartıştığımız sınırlılıkları kazanmıştır. Gazeteler sermaye sahiplerinin kontrolünde hem iktidarın hem de bu sermaye gruplarıyla ilişki içerisinde olan güçlerin müdahalelerine açık hale gelerek özerkliğini kaybetmiştir.

2000’li yıllarda gazetecilik alanında yaşanan dönüşümlerin yarattığı tahribatı engellemek isteyen gazeteciler basında öz-denetim mekanizmaları geliştirmenin çözüm olacağını düşünmüşlerdir. Bu mekanizmalardan biri de ombudsmanlık uygulamasıdır. Ombudsmanlık esasen uzun bir tarihsel geçmişe dayanan kamu görevlilerinin hakkaniyetli davranmalarını sağlamak için ortaya çıkmış bir kurumdur. Dünyada gazetecilik alanında ombudsmanlık kurumuna olan ihtiyaç toplumun medyaya olan güveninin azalması, basına yönelik eleştirilerin artmasıyla doğmuştur. Gazetecilik alanında ombudsmanlık adlandırmasında farklılıklar vardır. Türkiye’de ombudsmanlık mekanizması “okur temsilcisi” olarak adlandırılmıştır. Basında öz-denetim mekanizmaları -basın konseyleri, etik kurallar ya da şikâyetlerin iletebileceği kurum içi ombudsmanlık gibi- gazetecilik alanında yaşanan etik sorunlara engel olmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu mekanizmaları ortaya çıktığı tarihsel bağlamda incelemek gazeteciliğin içinde bulunduğu durum hakkında da önemli bilgiler sunmuştur. Pierre Bourdieu’ya göre bilgi, üretilen toplumsal koşullardan kopararak incelenemez. Toplumsal koşullardan bağımsız üretilen bilgi, anlam değiştirir ve ideolojik işlev görür. Bilim yaparken “üzerinde çalışılan problemin, yararlanılan araçların, yöntemlerin, kavramların tarihsel olarak nasıl oluştuğunu biliyor olmak gerekir” (Bourdieu, 2016, s. 100). Bu nedenle, bilginin üretildiği toplumsal koşulların sosyolojisini yapmak gerekmektedir.

Öz-denetim uygulamaları, kuruluş şekilleri bakımından farklılık gösterebilir de amaçları aynıdır: Devlet kontrolünden ve sermaye sahiplerinden bağımsız bir öz denetleme mekanizması ortaya koymak. Öz-denetimin çift yönlü işlevi olduğu söylenebilir. İlki gazetecinin basın özgürlüğünü kötüye kullanımını engellemek, ikincisiyse başta devletten olmak üzere dışarıdan gelebilecek müdahalelerin önüne geçebilmek ve basın özgürlüğünü savunmaktır. Gazeteciler arasında gönüllü özdenetim uygulamalarının yerine yasalara dayanan, etkili yaptırımları bulunan denetim mekanizmalarını savunanlar da bulunmaktadır, fakat gazeteciliğin yasalarla denetlenmesi devlete bağlı

kurumların gazetecilik alanını denetlemesi anlamına gelmektedir, bu da gazeteciliği doğrudan devletin müdahalesine açık hale getirme tehlikesini ortaya çıkarmaktadır.

Bu tez, 2000’li yılların başında gazetelerde yaşanan etik sorunlara çözüm olarak düşünülen okur temsilciliğinin işleyişine ve uygulanabilirliğine odaklanmaktadır. Gazetecilik alanında okur temsilcilerinin ifadesiyle “gazeteci hareketi” olarak ortaya çıkan ve gazetecilerin özerk alan kazanma mücadelesi olarak gördüğü bu mekanizmayı incelerken Pierre Bourdieu’nün alan teorisi aynı zamanda kavramsal araçları (habitus, sermaye, simgesel şiddet vd.) ve iletişimin ekonomi politiği yaklaşımından yararlanılmıştır. İletişimin ekonomi politiği yaklaşımı, tarihsel süreç içerisinde gazetecilik alanının kapitalist işletmelere dönüşümünü, mülkiyet ilişkilerini ve yapısal sınırlılıklarını analiz etmeye yardımcı olurken Bourdieu’nün alan analizi failerin ilişkilerini, mücadelelerini ve alan içerisindeki konumunu ayrıca gazetecilik alanının heteronomisini yani başka alanlarla ilişkilerini anlamaya imkân sağlamaktadır.

Bourdieu’nün çalışmalarında gazetecilik alanı gibi kültürel üretim alanları oldukça önemlidir. Çünkü maddi üretim alanlarının yanı sıra kültürel üretim alanları ekonomik, simgesel ve siyasal değerlerin yeniden üretildiği alanlardır. Bourdieu’nün alan olarak adlandırdığı kavram, toplumsal ilişkilerin kurulduğu bir yer olmakla birlikte toplumsal mücadelelerin yaşandığı ve güç ilişkilerinin yeniden üretildiği bir mücadele sahasıdır. Alan denildiğinde “o alanda üretim yapan bireylerin hususi özelliklerinin, kişilerin üretim yapan bireylerin hususi özelliklerinin, bu kişilerin üretim ilişkilerindeki şahsi konumlarına, belirli bir nesnel ilişkiler uzamında kapladıkları yere göre tanımlandığını hususi bir evrenden” söz edilmektedir (Bourdieu, 2016, s. 110). Bourdieu’ya göre bir eylem herhangi bir toplumsal alanda belirli bir varlık kazandığı an orada mücadele olur; “bir egemenlik mücadelesi, mücadelenin bir hâkim kutbu vardır, bir de tahakküm altında olan kutbu ve işte artık o andan itibaren de çatışan hakikatler söz konusu olur. Ne yaparsanız yapın hakikat çatışmacıdır. Öyle ki bir hakikat varsa eğer, o da hakikatin bir mücadele nesnesi olduğudur” (Bourdieu, 2016, s. 114).

Okur temsilciliği gazetecilik alanında bir eylem olarak var olmaya başladığı andan itibaren alandaki failer arasında da mücadeleler yaşanmaya başlamıştır. Alanda egemen

olan medya patronları, medya patronlarının haklarını savunan gazete çalışanları ve gazetecilik alanında etik bir kaygıyla ortaya çıkan okur temsilciliği pozisyonunda yer alan gazeteciler arasında hakikatler de çatışmaya başlamıştır.

Bourdieu *Sosyoloji Meseleleri* kitabında hocanın sınırlı bir özgürlüğe sahip olduğu için kendi sınıf içi koşullarını kendisinin belirlemesinin zor olduğunu ve egemen piyasa yasalarının askıya alındığı bir alt-uzam yaratmasının mümkün olmadığını vurgular (2016, s. 122-123). Bourdieu bu imkânsızlığı eğitim piyasasının karakteristiği içerisinde inceler. Okur temsilciliği de gazetecilik alanında egemen durumda olanlarla olmayanlar arasında yaşanan bir mücadelenin sonucunda, egemenlerin yasalarının askıya alındığı bir alt alan yaratma çabası olarak ortaya çıkmıştır. Bourdieu'ya göre bireyin toplumdaki yerini Karl Marx'ın geliştirdiği teoride iddia edildiği gibi yalnızca üretim ilişkileri ya da başka bir ifadeyle sahip olduğu ekonomik sermaye belirlemez. Bunun yanında bir kişinin ya da sınıfın toplumsal uzamdaki konumunu sahip olunan sermaye hacmi, sermaye yapısı ve en önemlisi bunların zaman içerisindeki evrimi belirler (Jourdain & Naulin, 2016, s. 109-110). Bu nedenle Bourdieu'nün bakış açısı ve kavramsal araçları kapitalizmin kendine özgü üretim tarzının, gazetecilik alanında artan tecimsel kaygının gazetecilik alanını nasıl dönüştürdüğü ve bu dönüşüm içerisinde gazetecilerin hareketi olarak okur temsilciliği deneyiminin nasıl bir yer bulduğunu anlamayı kolaylaştırmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırma, günümüz gazetecilik alanında etik gazetecilik yapma çabasının sonucu bir özdenetim uygulaması olan okur temsilciliğinin işleyişini, uygulanabilirliğini anlama kaygısıyla ortaya çıkmıştır. Bu konuyu tercih etmemin nedeni, lisans eğitimimi gazetecilik alanında tamamlamış olmamla bağlantılı olarak içinde bulunduğumuz süreçte gazetecilerin yaşadıkları sorunlar etkili olmuştur. Bu dönemde gazeteciler tutuklamalarla, haklarında açılan davalarla, tehditlerle, işsizlikle mücadele etmek zorunda bırakılmıştır. Bourdieu sosyal bilimin toplumsal tarihini yaparken kimsenin dile getirmediği, dile getirmekten kaçındığı soruların kendi kendine sorulmasını önemli bulur. Dile getirilemeyen şeyin toplumsal ve tarihsel koşullarının neler olduğunu

belirlemek, söylenmeyen şeyin peşine düşmek ve neden söylenmediğini oluşturduğu koşullar içerisinde anlamak zorunludur (Bourdieu, 2016, s. 103).

Mesleki ilkeleri uzun yıllar içinde oluşan ve toplumsal karşılığını Bourdieücü ifadeyle sembolik gücünü uzun bir tarihsellikten alan gazetecilik mesleği, itibar kaybetmeye başlamıştır. Bourdieu, *Sosyoloji Meseleleri* kitabında iki farklı düşünsel hattı savunan rakiplerin bulunduğu entelektüel alanda, bir düşünsel hattın itibarsızlaştırılmasının başarılması durumunda rakibin hisselerinin yere çakılarak değer kaybettiğini söyler (2016, s. 98-99). Tarafların arasında yaşanan mücadelenin alana itibar kaybı yaşatması, gazetecilik alanı üzerinden de gözlemlenebilir. Türkiye’de gazetecilik alanındaki oyuncuların siyasi alanın müdahalesiyle değiştirilmesi, taraflar arasında yaşanan mücadelenin sertleşmesi gazetecilik alanına duyulan güvenin sarsılmasına yol açmıştır. Okur temsilciliği de gazetecilik meslek ilkelerine uygun gazetecilik yapmanın zorlaştığı, gazetelere ve gazetecilere olan güvenin azaldığı, gazetecilik mesleğinin itibar kaybettiği bir dönemde alanda yaşanan etik sorunların çözümüne katkı sunacağı düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Okur temsilciliği alanı, hem gazete içinde hem de gazete dışında gazetecilik alanına yapılan müdahaleleri anlamak adına önemli bir araştırma alanı olmuştur.

Bu araştırma gazetecilik alanını, gazetecilik alanında bir alt olan okur temsilciliği mekanizmasını ve alanın faillerinin alandaki konumlarını ve mücadelelerini ortaya koyacaktır. Okur temsilciliği uygulamasına dair yapılan akademik araştırmalar, okur temsilciliğini genellikle gazetecilik etiğine sunduğu katkı bağlamında tartışmaktadır. Okur temsilciliği köşeleri üzerine yazılmış bir yüksek lisans ve bir de doktora tezi bulunmaktadır. Hakan Aşkan tarafından 2013 yılında tamamlanan “*Türk Basınında Okur Temsilciliği: Hürriyet, Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma*” adlı yüksek lisans tezi, okur temsilciliği uygulamasının gazete haberlerinde etik standartların yükseltmesindeki rolüne odaklanmıştır. Bu amaçla Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşeleri içerik analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen veriler SPSS programıyla çözümlenmiş ve araştırmanın bulgularına göre okur temsilcileri gazetelerde etik standartların yükseltilmesinde önemli rol oynadığı sonucu çıkmıştır.

Ülkü İlgi Erdem Anar (2015) “*Gazetede Okurun Yeri; Okur Temsilcileri Üzerinden Bir Okur Araştırması*” doktora tezinde okurun gazetede ki yerine ve temsiline odaklanmış, Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerindeki okur temsilcilerinin köşelerinde okura nasıl yer verdiklerini ortaya koymak için okur temsilcilerinin gündem analizlerini, okur şikâyetlerini içerik analizi tekniğiyle incelemiştir. Gazetede okurun bir yeri olup olmadığı sorunsalına eğilen bu araştırma örnekle mi Cumhuriyet, Milliyet, Hürriyet, Sabah Gazetesinde yazan okur temsilcilerinin “2 Eylül 2013 tarihinden-29 Eylül 2014” tarihine kadar köşelerinde yayınlanan okur mektupları ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada 603 okur mektubu, 208 okur temsilcisi köşesi incelenmiş, araştırmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu araştırmada okurun gazetede ki yerine odaklanılmış ve araştırmanın bulgularına göre okur gazetelerde yeterince temsil alanı bulamamıştır.

Okur temsilciliğinin yerelde neden uygulanmadığı sorusuna Zülfükar Özçelik (2019) yazdığı “*Yerel Gazetelerde Okur Temsilciliği Uygulamaları: Sakarya Yerel Gazeteler Örneği*” başlıklı yüksek lisans tezinde cevap aramış, bu amaçla araştırmasının merkezine yerel gazetelerin okuyucusuyla olan iletişimini ve gazete yöneticilerinin okur temsilciliğine yaklaşımlarını yerleştirmiştir. Çalışmada, Sakarya’da günlük süreli yayın olarak faaliyet gösteren Sakarya Yenigün, Yeni Sakarya, Sakarya Yeni Haber, Sakarya Halk, Bizim Sakarya, Adapostası ve Adapazarı Akşam Haberleri gazetelerinin genel yayın yönetmenleriyle görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerden elde edilen bulgular çerçevesinde yerelde öz-denetim ve yerelde ombudsmana bakış açısı tartışılmıştır. Gazete yöneticileriyle yapılan görüşme sonucunda yerel gazetelerde uygulanmayan okur temsilciliğinin özellikle ekonomik nedenlerle uygulanamayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Basında öz-denetim uygulamalarına yönelik araştırmalar “ombudsmanlık” uygulamasıyla sınırlı değildir. Örneğin Gözde Dal (2019), “*Basın-Yayımda Özdenetim ve Uygulamada Ortaya Çıkan Sorunlar*” başlıklı yüksek lisans tezinde basında öz-denetim sorunsalına Basın Konseyi mekanizması üzerinden konseyin amaçları, görevleri ve gazetecilik alanına katkıları değerlendirilmiştir.

Gazetecilik alanında Pierre Bourdieu'nün alan teorisinin ve kavram setlerinin kullanıldığı araştırmalar da oldukça sınırlıdır. Erman Yüce (2007), “*Simgesel Seçkinler ve Habitus: Hürriyet Gazetesi'nde Köşe Yazarlığı*” başlıklı doktora tezinde gazetelerde önemli bir yere sahip olan köşe yazarlığı pratiğini araştırırken tezin kavramsal çerçevesini Bourdieu tarafından geliştirilen kavramsal araçlarla oluşturmuştur. Bu araştırmanın amacı okur temsilcilerinin habitusunu, alandaki konumlarını ve sahip oldukları simgesel gücün önemini ortaya koymaktır. Yüce, 2000 yılında yayınlanan 640 köşe yazısını içerik çözümlemesi yaparak incelemiştir.

Onur Dursun (2012), “*Yaşam Dünyasının Sömürgeleştirilmesi Üzerinden Türkiye'de Köşe Yazarları Üzerine Bir Analiz*” adlı doktora tez çalışmasında, yaşam dünyasının sömürgeleştirilmesi boyutunu gazetecilik alanında köşe yazarlığı bağlamında değerlendirilmiştir. Dursun, araştırmasında toplumsal uzamda medyanın gerçekleştirdiği kültürel üretimi tanımlamak için gazetecilik ve televizyonu bir alan olarak tasarladığını belirtmiştir. Araştırmada Türkiye'de köşe yazarlarının toplumun sorunlarından uzak içerikler ürettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Cem Koray Olgun (2015), “*Türkiye'de Kamu ve Özel Televizyon Kanallarında Haber Süreçlerinin İşleyişi*” adlı doktora tezinde haber üretim sürecinde yaşanan sorunların, haberi ve haberciyi nasıl etkilediğini Bourdieu'nün alan teorisinden faydalanarak incelemiştir. Olgun, bu araştırma için yirmi üç haberciyi derinlemesine görüşme yapmıştır. Bu araştırma, habercinin habitusunun değişimini ve bu değişimin haber üretim sürecine etkisini anlamak adına oldukça önemli bir çalışmadır. Araştırma bulgularına göre “kamu yararı” kavramının algılanışı habercilerin bakış açılarına bağlı olarak televizyon kanalının yararına göre değişim göstermiştir.

Merve Çetin Dağdelen (2018) “*Denizli'de Yerel Gazetecilik Alanı; Mekanizmalar, İşleyişi ve Stratejiler*” adlı doktora tezinde Denizli kenti özelinde gazetecilik alanının işleyiğini, alandaki stratejileri ve faillerin birbirleriyle ilişkilerine odaklanmıştır. Çalışmanın teorik çatısını ilişkisel sosyal teori ve Bourdieu'nün alan teorisi belirlemiştir.

Gazetecilik alanında bir fail olan gazetecinin durumuna odaklanan ve benim de çalışmamda faydalandığım önemli araştırmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmalardan biri Sarphan Uzunoğlu'nun (2017) "*Gazetecilikte Preker Emegın Türkiye'deki Durumu*" adlı doktora tezidir. Bu araştırma preker emek rejiminin Türkiye'de gazetecilik alanında yarattığı etkinin izlerine, haber içeriği konusunda haber odalarında emegın prekaryalaşmasına odaklanmıştır. Neoliberal emek politikalarının dayattığı güvencesiz yaşamı araştırmasının odağına alan Uzunoğlu, ayrıca bilişsel emek sektöründe yeni medya teknolojilerinin emegın prekerleşmesi arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Uzunoğlu Türkiye'de gazeteci emegının prekerleşmesini etnografik araştırma yöntemi ile elde ettiği bilgiler ve derinlemesine görüşme yöntemiyle elde etmiştir.

Çağrı Kader Bulut (2017) "*Gazetecilerde proleterleşme ve sınıf kapasitesi: Çalışma ve yaşam koşulları üzerine bir araştırma*" gazetecilerin işçi sınıfının özgün bir parçasını oluşturduğuna dair önemli bir araştırmadır. Bulut, bu araştırmasında gazetecilerin emek sürecine, onu çevreleyen koşullara ve çalışanların deneyimlerine odaklanmıştır. Gazetecilerin işçilik deneyimlerini gazetecilik faaliyetlerini tarihsel bağlamı içerisinde inceleyen Bulut, araştırmasında verilerini gazetecilerle yaptığı görüşmeler ve anketler aracılığıyla toplamıştır. Bulut'a göre, gazetecilik mesleğinin oluşumu kapitalizmin tarihsel gelişimi içerisinde incelenmelidir. Çünkü gazeteciliğin meslekleşmeye uzanan dönüşümü, gazetecilerin sınıfsal konumu aslında gazetecilerin proleterleşmesinin ilk aşamasıdır.

2000'li yılların başından itibaren gazetecilik alanında yaşanan dönüşümleri, alanın siyasal ve ekonomik alanın baskılarıyla nasıl şekillendiğini anlamak adına yapılan önemli araştırmalardan biri de Vahdet Mesut Ayan'ın aynı zamanda doktora tezi olan (2019) "*AKP Devrinde Medya Alemi*" adlı kitabıdır. Ayan, AKP döneminde medyanın yaşadığı dönüşümü, Antonio Gramsci'nin "tarihsel blok" kavramını ve Marx'ın diyalektik materyalist" yöntemini kullanarak AKP iktidarının tarihsel blokunu inşa ederken medyayı nasıl etkin bir şekilde kullandığını incelemiştir. Ayan, Gramsci'nin "tarihsel blok" yaklaşımından hareketle incelediği AKP-medya ilişkisini, medyanın AKP döneminde geçirdiği 16 yıllık dönüşümü ayrıntılı bir biçimde incelemiştir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Daha önce okur temsilcilerinin köşelerinin analizine dayanan iki farklı araştırma yapılmış, bu araştırmalar okur temsilciliğinin gazetecilik mesleğine sunduğu etik katkıya odaklanmıştır. Gazetecilik alanında etik gazeteciliğin mümkün olup olmadığı sorunu gazetecilerin deneyimleri üzerinden anlaşılabilceği düşünöldüğü için bu araştırmada nitel bir yöntem tercih edilmiştir. Bu amaçla, gazetecilik alanında etik kaygı çabasıyla bu göreve getirilmiş ya da bu görevi üstlenmek istemiş okur temsilcileriyle nitel araştırma yöntemi olan yarı-yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Gazetecilik alanında yaşanan dönüşümlerin hızı, yarı-yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmış olmanın sağladığı esneklikle kontrol edilmiştir. Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmış ve okur temsilcileriyle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Karşılıklı konuşma ile faillerin alan içerisindeki konumlarına ve alanı nasıl deneyimlediklerine dair veriler toplanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olacağı düşünülen nitel araştırma, sosyal olguları içinde oldukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön planda tutan bir yöntem izlediği için tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin temel özelliği, gerçekliği inşa ediyor olmasıdır. Nitel araştırma yöntemini tercih eden araştırmacı, üzerine çalıştığı olay ve olguları yakından takip eder ve bu olay ve olgulara dönük bir tavır alarak bu tavra yönelik bir teori seçer (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 45-55).

Araştırma, özellikle okur temsilciliğinin uygulanabilirliği sorununa odaklandığı için, okur temsilcileriyle yapılacak olan görüşmeler, sorunların derinlemesine incelenmesine olanak tanımıştır. Okur temsilcilerinin öznel deneyimlerini ortaya çıkarma isteği nitel araştırma yöntemini tercih etmemde belirleyici olmuştur. Türkiye’de Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde okur temsilciliği yapmış ve yapmakta olan **5 okur temsilcisiyle** yapılan görüşmeler tezin amacına uygun temalar çıkarılarak değerlendirilmiştir.

Katılımcının Adı-Soyadı	Okur Temsilciliği Yaptığı Kurum	Mesleği	Görüşme Biçimi	Görüşme Tarihi
Faruk Bildirici	Hürriyet Gazetesi (2010-2019)	Gazeteci	Yüz yüze	3 Ekim 2018 (1. Görüşme) 26 Aralık 2019 (2. Görüşme)
Yavuz Baydar	Milliyet Gazetesi (1999-2004) Sabah Gazetesi (2004-2013)	Gazeteci	ZOOM (Çevrimiçi Görüşme)	9 Aralık 2018
Belma Akçura	Milliyet Gazetesi (2012- Devam ediyor)	Gazeteci	e-mail	28 Şubat 2019
İbrahim Altay	Sabah Gazetesi (2013-2018)	Gazeteci	Yüz yüze	4 Mart 2019
Güray Öz	Cumhuriyet Gazetesi 2012-2018	Gazeteci	Yüz yüze	20 Şubat 2019

Tablo 1: Katılımcıların Bilgileri

Araştırmanın birinci bölümünde tez boyunca sıkça kullanılacak olan ve araştırmanın kuramsal ve kavramsal teorisini oluşturan Bourdieu'nün alan teorisi, habitus, sermaye gibi kavramları anlatılmaya çalışılmıştır. Bourdieu tarafından geliştirilen ve çok farklı alanlarda kullanılan kavram setleriyle oluşan bir kuramsal çerçeve okur temsilciliğine ve gazetecilik alanına yeni bir bakışı mümkün kılmaktadır. Bourdieu'nün alan teorisi faillerin konumlarını, mücadelelerini, habitus kavramı gazetecilik alanında yaşanan dönüşümlerin gazetecileri nasıl etkilediğini, sermaye türleri ve hacimlerininse alandaki mücadelenin mantığını ve faillerin alandaki konumlarını açıklamakta kullanılmıştır. Okur temsilciliği, Bourdieücü bir bakışla gazetecilik alanı içerisinde bir alt alan olarak tanımlanmış; araştırma, alan yaklaşımı kullanılarak geliştirilmiştir.

Bourdieu'nün toplumsal evrenleri birer alan olarak tasarlaması ve bu alanda sürekli bir mücadelenin olduğu tezi, gazetecilik alanında farklı türde sermaye sahiplerinin Bourdieücü yaklaşımla ifade edersek, faillerin arasında yaşanan mücadeleleri anlamayı sağlamaktadır. Bu nedenle tezin ilk bölümünde “gazetecilik” bir alan olarak tanımlanmaya çalışılmış ve bu alan içerisindeki ilişki ağlarının açığa çıkarılması hedeflenmiştir. Ardından Türkiye’de gazetecilik alanının kısa tarihsel bilgisi ve alanın yapısal sınırlıkları tartışılmıştır. Alanın önemli faillerinden olan gazeteciler ve medya patronlarının gazeteciliğin tarihsel süreç içerisinde profesyonelleşmesiyle birlikte kazandığı “sembolik güç” için verdikleri mücadeleler üzerinde durulmuştur. Çünkü sembolik güç, alandaki hiyerarşiyi meşrulaştırma gücünü elinde bulundurmaya sağlamaktadır. Türkiye’de gazetecilerin ve medya patronlarının gazetecilik alanı içerisindeki konumları ve alana egemen olan failin alan için yarattığı sınırlılıklar Türkiye örneği üzerinden tartışılmıştır. Bu bölümde ayrıca iktidar partisinin gazetecilik alanına yaptığı müdahaleyle, kullandıkları stratejilerle alanı nasıl dönüştürdüğü ve kontrol altına aldığı örnek gelişmelerden yararlanılarak tartışılmıştır. Okur temsilciliği 2000’li yılların başındaki gazetecilik ikliminde ortaya çıktığı için ve bu gazetecilik iklimini 1980’lerden günümüze kadar olan süreç belirlediği için özellikle bu tarihsel aralık üzerinde durulmuştur. Gazetecilik alanında ekonomik sermayenin egemenliği, alanın diğer alanlarla ilişkileri, faillerin değişen konumları ancak bu tarihsellikte anlaşılabilir. Okur temsilciliğinin uygulanabilirliği de gazetecilik alanının yapısal özellikleri ve bu yapısal özellikleri belirleyen tarihsel arka planla doğrudan ilişkilidir.

Tezin ikinci bölümü ise ombudsmanlık uygulamasının tarihselliği, dünyada uygulanış biçimleri ve Türkiye’deki tarihselliğiyle sınırlandırılmıştır. Ombudsmanlık kurumu, 1809 yılında İsveç’te kamu görevlilerinin hakkaniyetli davranmalarını sağlamak amacıyla ortaya çıkmış bir kurumdur. Ombudsmanlık kurumunun yıllar içinde yetki alanları genişlemiş, özel sektörün ombudsmanlık kurumuna olan ihtiyacı arttıkça bu uygulama daha da yaygınlaşmıştır. Bu bölümde okur temsilciliğinin tarihsel geçmişi, gelişimi, nitelikleri, özellikleri, görev ve yetkileri ayrıca uygulanabildiğinde basın etiğine sunacağı katkı tartışılmıştır.

Son olarak görüşmelerin değerlendirildiği üçüncü bölüm, üç ana başlık ekseninde analiz edilmiştir. Türkiye’de “*Okur Temsilciliğinin Ortaya Çıkış Serüveni ve Gazetecilik Alanındaki Konumu*” başlığı altında, okur temsilciliğinin neden, nasıl ortaya çıktığı, görevleri, sorumlulukları, genel işleyişi ve okur temsilcilerinin gazetecilik alanındaki konumları tartışılmıştır. “*Gazetecilik Alanının Yapısal Sınırlılıkları ve Okur Temsilciliğinin Uygulanabilirliği*” başlığı altında gazetecilik alanının yapısal özelliklerinin basında öz denetimi nasıl sınırladığı, okur temsilcilerinin karşılaştığı sorunlar tartışılmış, ayrıca gazetecilik alanının siyaset ve ekonomi alanıyla ilişkisinin öz-denetim önünde nasıl bir sınırlılık yarattığına ilişkin bulgular değerlendirilmiştir. Ayrıca gazetecilik alanında bir alt alan olarak ortaya çıkan okur temsilciliğinin, Türkiye’de kültürel sermaye sahibi okur temsilcileri ile ekonomik sermaye sahibi medya patronlarını alanda nasıl karşı karşıya getirdiği üzerinde durulmuştur. Son olarak “*Okur Temsilciliğinin Geleceği*” başlığı altında bu mekanizmanın geleceğiyle ilgili görüşler değerlendirilmiştir.

ALAN SÜRECİ

Bourdieu’ya göre araştırma yapan öznenin konumu, habitusu araştırma için önemlidir. (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 40). Araştırmacının seçtiği konu ne olursa olsun “*o nesnede, onun nesneyi inşa etme biçiminde ortaya çıkan temel soru, sosyoloğun veya tarihinin birer özne olarak kim oldukları sorusu değil, sosyoloğun ayırıcı bir anlam taşıyan toplumsal nitelikleri ve nesnenin kendi toplumsal nitelikleri arasındaki nesnel ilişkiye dair bir sorudur*” (Bourdieu, 2016, s. 103). Çünkü Bourdieu’ya göre, sosyal bilimlerin odaklandığı nesnelere ve bu nesnelere ele alınma biçimleri sosyolojik olarak araştırılabilecek bir birey tarafından yapılmaktadır. Bu nedenle, sosyal bilimlerde fail olmak ne kadar önemliyse gözlemci olmak da o derecede önemlidir.

Bu araştırma sahasını seçmemde kuşkusuz lisans eğitimimi gazetecilik alanında tamamlamış olmamın yanı sıra 2013 yılında başlayan Gezi Parkı Protestoları ve 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ve ardından ilan edilen Olağanüstü Hal sonrasında gazeteciler üzerinde artan baskı etkili olmuştur. Gazetecilik alanında yaşanan yozlaşmanın sorumlusu olarak gazetecilerin hedef alınması, bu sorunun gazeteci

ahlakıyla sınırlandırılması saha olarak gazetecilik alanını tercih etme nedenlerim arasındadır.

Araştırmanın amacı doğrultusunda Milliyet, Hürriyet, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde okur temsilciliği yapmış ve yapmakta olan **3 okur temsilcisiyle** yüz yüze görüşülmüş, bir okur temsilcisinin ailesindeki sağlık sorunlarından dolayı görüşme sorularının cevabı yazılı olarak alınmış, bir okur temsilcisi yurt dışına çıkmak zorunda kaldığı için çevrimiçi görüşme yapılmıştır.

Görüşmelere başladığımda Hürriyet Gazetesi'nde Faruk Bildirici, Sabah Gazetesi'nde İbrahim Altay, Milliyet Gazetesi'nde Belma Akçura okur temsilciliği görevlerine devam ediyordu. Görüşmelerimi tamamlayıp tezimi yazmaya başladığım süreç içerisinde Faruk Bildirici işten çıkarıldı, İbrahim Altay Daily Sabah Gazetesi'nde Genel Yayın Yönetmenliği görevine getirildi. Böylece Hürriyet ve Sabah gazetesinde okur temsilciliği uygulaması son bulmuş oldu. Milliyet Gazetesi'nin okur temsilcisi Belma Akçura köşesinde genel medya yazıları yazmaya devam etmektedir.

Görüşmelere Hürriyet Gazetesi'nin okur temsilcisi Faruk Bildirici'yle başladım. Faruk Bildirici'ye ulaşmam zor olmadı, kendisinden üniversitede lisans eğitimimde "Parlamento Muhabirliği" dersi almıştım. Bildirici'yle görüşmemizi Ankara'da Hürriyet'in binasında gerçekleştirdim. Görüşmeyi yaptığım dönemde Hürriyet Gazetesi yeni el değiştirmiş, Doğan Grubu'ndan Demirören Grubu'na geçmişti. Bu el değiştirmenin Faruk Bildirici'yi etkileyip etkilemeyeceğini merak ediyordum. Bildirici'ye bu soruyu sorduğumda, şu ana kadar bir değişiklik olmasa bile bu durumun kendisini ve bu pozisyonu etkileyeceğini beklediğini belirtti. Bu beklentinin nedeni, araştırmanın birinci bölümünde ayrıntılı bir biçimde verilen medya grupları arasındaki mücadele ve mücadeleye iktidarın yaptığı müdahalelerden kaynaklanmaktaydı. Çok geçmeden Faruk Bildirici'nin işten çıkarıldığına dair haber aldım. (Faruk Bildiriciyle 3 Ekim 2018'de görüştüm, 3 Mart 2019'da işten çıkarıldığı haberini aldım.) Bildirici'nin işten çıkarılmasının ardından okur temsilciliği pozisyonu boş kaldı.

Bildirici, yıllarca Hürriyet Gazetesi'nde çalışmış ve daha sonra okur temsilciliği görevine getirilmişti. Gazetede uzun süre çalıştığı için gazeteyle arasında bir bağ oluşmuştu, bu nedenle görüşme sırasında gazeteden bahsederken “biz” demeyi tercih ediyordu. Bildirici'ye göre, Hürriyet Gazetesi'nin gazetecilere borçlu olduğu bir imajı vardı ve medya sahipliğinden bağımsız bir biçimde gazetecilerin amacı bu imajı devam ettirmek olmalıydı. Bu imaj okuyucuyla gazete arasında kurulan “güven ilişkisine” dayalıydı.

Bildirici, Hürriyet Gazetesi'nden çıkarıldıktan sonra kendisine ait web sitesinde bağımsız medya ombudsmanlığı yapmaya, medyada yaşanan etik sorunlarla ilgili sorular almaya, bu sorulara web sitesinden ve sosyal medya hesabından cevap vermeye devam etmiştir. Okurun medyada yaşanan etik sorunlarla ilgili Bildirici'yle iletişime geçmek istemesi bağımsız bir medya ombudsmanına ihtiyaç olduğunu ve ombudsmanlığın gazetelerden bağımsız bir kurumsallık kazanabileceğini göstermektedir. Bildirici'yle yaptığım ilk görüşmede sorduğum bazı sorulara “kayıt dışı” cevap verebileceğini belirtmiştir. Kayıt dışı cevap verdiği sorular genellikle gazetenin sahiplik yapısıyla ve siyasi alanın müdahaleleriyle ilgili olmuştur. Belirtmem gerekir ki benzer sorulara çekimser cevap veren yalnızca Bildirici değildir. Bu nedenle Bildirici'nin hem Hürriyet'teki görevinin sonlandırılmasını hem de kurum dışındaki medya ombudsmanlığı deneyimini konuşmak için bir görüşme daha yaptım.

İkinci görüşmemi okur temsilciliğini Türkiye'de ilk defa Milliyet Gazetesi'nde uygulamaya başlayan Yavuz Baydar'la gerçekleştirdim. Yavuz Baydar, hem Milliyet Gazetesi'nde hem de Hürriyet Gazetesi'nde uzun yıllar okur temsilciliği yapmış ve her iki gazetede de işine son verilmiştir. Baydar, Fransa'da yaşamak zorunda olduğu için görüşmemizi ZOOM video konferans programıyla gerçekleştirdik. Baydar, son dört beş senedir Türkiye'nin içinde bulunduğu durum yüzünden birçok gazeteci gibi kendisinin de ülke dışında olması gerektiğini ve bu koşullarda bile gazetecilik yapmaya çalıştığını belirtmiştir.

Aslında basında öz denetim gibi iddialı bir mekanizmanın işleyişini, uygulanabilirliğini, geleceğini anlamak için başladığım bu araştırma için görüşmelerin henüz ikincisini

yaparken gazetecilerin yaşadıkları sorunların çok daha büyük olduğunu anlamıştım. Görüşme yapmak istediğim bir okur temsilcisi kayıt dışı konuşmak zorunda bırakılırken, başka bir okur temsilcisi gazetecilik yaptığı için yargılanmakta ve bu nedenle yurt dışında yaşamak zorundaydı. Bu durum “meslek etiğini” sorgulamamı zorlaştırdı; çünkü gazetecilere göre, gazetecilik alanında bir “yozlaşma” yaşanıyordu ve sorun çok daha büyüktü. Araştırma sahasında henüz yolun başındayken okur temsilcilerinin kendilerine uygulanan sansürün oto-sansüre dönüştüğü gerçeğiyle karşı karşıya kaldım.

Üçüncü görüşmemi teze başladığımda Sabah Gazetesi’nde okur temsilcisi olan fakat görüşme ayarlayana kadar Sabah Daily News gazetesinin Genel Yayın Yönetmenliği’ne getirilen İbrahim Altay’la gerçekleştirdim. Altay, İstanbul’da yaşadığı için görüşmemizi İstanbul’da, ofise yakın bir mekânda gerçekleştirdik. Altay, sorduğum tüm sorulara yanıt verdi; fakat o da bazı soruları “kayıt dışı” cevapladı. Kayıt dışı cevapladığı soruların yanıtlarına yer vermedim ve isteği üzerine görüşme deşifresini kontrol etmesi için kendisine gönderdim.

Görüşmeleri tamamlandığında şunu fark ettim, görüşme yaptığım dört gazeteci 80’lerde gazetecilik yapmaya başlamış gazetecilerdi. Altay ise yaşça daha küçük ve 2000’li yılların ortalarında gazeteciliğe başlamıştı. 80’lerde gazetecilik yapmış gazetecilerin gazetecilik alanına bakışıyla, 2000’lerin ortasında gazetecilik yapmaya başlayan Altay’ın gazetecilik alanına bakışı belirgin farklar içeriyordu. Elbette bu durum genel bir yargıya ulaşmak için yeterli değildir. Bu durum, tezin üçüncü bölümünde gazetecilerin değişen habituslarıyla ilişkilendirilmiştir. Altay bulunduğu pozisyonu gazetenin verdiği bir görev olarak tanımlarken, diğer okur temsilcileri bu pozisyonu mesleki etik kaygılarından dolayı istediklerini belirtmişlerdir.

Dördüncü görüşmemi, Cumhuriyet Gazetesi’nin okur temsilcisi Güray Öz’le gerçekleştirdim. Ana akım medyada okur temsilciliği yapmakla fikir gazetesi olarak adlandırılan Cumhuriyet Gazetesi’nde okur temsilciliği yapmak arasında fark olup olmadığını merak ediyordum, çünkü bu gazetede okur temsilciliği yapmanın daha rahat olduğunu düşünüyordum. Güray Öz’le 20 Şubat 2019 Çarşamba günü saat 11:00 de

Mülkiyeliler Birliği'nde görüşmek üzere anlaştığ. Fakat 19 şubat 2019'da İştinaf Mahkemesi Güray Öz'ün de içinde bulunduğu Cumhuriyet Davası¹'ndaki kararları onadı. Bu kararla bu davada yargılanan gazetecilerin cezası kesinleşmiş oldu. Güray Öz, twitter hesabından “İştinaf Mahkemesi Cumhuriyet Gazetesi yazar ve yöneticileri ile ilgili mahkumiyet kararını onayladı. Biliyorsunuz aralarında ben de varım. Neyse ki romanım son düzeltmelerini yapmıştım. Bir süre görüşemeyeceğiz. Hoşçakalın...” paylaşımını yaptı. Bu durumda bir gün sonra yapacağımız görüşmenin yapılmayacağını düşündüm. Fakat saat 11:00'de planladığımız gibi Mülkiyeliler Birliği'ne giderek Öz'ü beklemeye başladım. Gelip gelmeyeceğini bilmiyordum, açıkçası bu durumda gelmeyeceğini düşünüyordum. Fakat Öz, tam kararlaştırdığımız saatte Mülkiyeliler Birliği'ne geldi. Öz'e “geleceğinizi düşünmüyordum” dediğimde bana: “Ben bir gazeteciyim henüz tutuklanmadım zamanım var, sana verdiğim sözü tutacak zamanım var.” dedi. Öz'le görüşmemizi araya giren telefon görüşmeleriyle yaptık, çünkü çok az zamanı vardı ve dostları, ailesi, avukatıyla görüşmesi gerekiyordu. Bu nedenle belirtmeliyim ki, okur temsilcileriyle yaptığımız görüşmelerde duygusal olarak yıprandığım zamanlar oldu.

Son olarak, Milliyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapan Belma Akçura'yla görüşme yapmak istedim; fakat uzun süren bir bekleyişten sonra Akçura'nın aile bireylerinden birinin rahatsızlığından dolayı yüz yüze görüşme yapamadık. Akçura, görüşme sorularına ancak yazılı cevap verebileceğini söylediği için görüşme sorularımın cevabını yazılı olarak aldım.

Bu çalışma, basında özdenetim mekanizması olan okur temsilciliğinin gazete içerisinde bir alt alan olarak özerklik kazanma mücadelesini, tarihsel gelişimini, değişen gazetecilik habitusunu, gazetecilik alanı içerisindeki etkinliklerini edilgenliklerini alanın sınırlılıkları bağlamında tartışarak, gazetecilik alanında etik ve öz-denetim araştırmalarına ayrıca faillerin gazetecilik alanındaki konumlarına yönelik araştırmalara katkı sağlayacaktır. Bourdieu sosyologlara düşen rolün insanlara ders vermek değil, onlara mücadelelerinde kullanabilecekleri silahlar sağlamak olduğunu söylemektedir

¹ 31 Ekim 2016'da Cumhuriyet Gazetesi yönetici ve yazarları hakkında FETÖ ve PKK örgütlerine üye olmak ve bu örgütlerin propagandasını yaptıkları iddiasıyla soruştırma başlatılmış, ardından gazetenin yönetici ve yazarları gözaltına alınmıştır.

(Bourdieu, 2016, s. 118). Bu araştırmanın kaygısı da ilerleyen zamanlarda gazetecilik alanında her toparlanma sürecinde gündeme gelen ve yeniden gelecek olan basında öz-denetim arayışlarına ve bu alanda gelişecek olan yeni bir uygulamaya kaynaklık etmesidir.

“Özerkliği elde etmek için, içinde kendi kendimizi yargıladığımız, kendi kendimizi eleştirdiğimiz, hatta kendimizle kavga ettiğimiz, ama bütün bunları nedenini bilerek yaptığımız o bir tür fildişi kuleyi inşa etmek gerekir; kapışırız, ama bilimsel silahlarla, bilimsel araçlarla, teknik yöntemlerle”
(*Bourdieu, Televizyon Üzerine, 1997, s. 67*).

1. BÖLÜM

TÜRKİYE’DE GAZETECİLİK ALANINA BOURDİEUCÜ BİR YAKLAŞIMLA BAKMAK

Türkiye’de gazetecilik alanına bir öz-denetim uygulaması olarak giren okur temsilciliğinin gazetecilik alanı içerisinde nasıl bir uygulama alanı bulduğunu ortaya koymayı amaçlayan bu araştırmada, okur temsilciliğinin ortaya çıktığı gazetecilik alanını ve bu alandaki ilişkileri açıklığa kavuşturmak için Fransız Sosyolog Pierre Bourdieu’nün geliştirdiği alan teorisi, habitus ve sermaye gibi kavram setleri kullanılmıştır.

Bourdieu’nun alan teorisi, gazetecilik alanının yapısal mekanizmalarının işleyişini ve gazetecilik alanındaki failerin konumlarını anlamak adına oldukça elverişli bir kavramdır. Bourdieu’nün alan teorisi gazetecilik alanını ve diğer alanlarla yaşadığı mücadeleyi anlamaya yönelik analizi gazetecilik alanını betimlemeye de olanak sağlamaktadır. Bu nedenle bu bölümüm amacı Bourdieu’nün alan teorisi ve bu teoriyle ilişkili habitus, sermaye gibi kavramları açıklamak ve gazeteciliğe bu yaklaşımla bakmanın teorisinin bilgisini sunmaktır.

1.1. PIERRE BOURDİEU’NÜN SOSYOLOJİSİ VE KAVRAM SETLERİ

20. yüzyılın önemli düşünürlerinden biri olan Pierre Bourdieu’nün sosyolojisindeki önemli kavramlar arasında habitus, sermaye, sembolik güç, sembolik şiddet vd. gibi kavramlar yer almaktadır. Bourdieu alan, habitus ve sermaye kavramının her zaman

birbirini etkileyen bir bütünsellik kavranabileceğinin ve bu kavramların bir ilişkisellik içinde ele alınması gerektiğinin altını çizmiştir.

Swartz'a göre Bourdieu'nün çalışmalarının merkezinde şu meseleler bulunmaktadır:

“Kültürel sosyalleşmenin, bireyleri ve grupları rekabetçi statü hiyerarşileri içerisine yerleştirme biçimi; görece özerk çatışma alanlarının, bireyleri ve grupları değerli kaynaklar üzerinde yürütülen bir mücadelede karşı karşıya getirme biçimi; bu toplumsal mücadelelerin simgesel sınıflandırmalar aracılığıyla yansıtılma biçimi; aktörlerin, bu alanlar içerisinde kendi çıkarları için mücadele edip stratejiler geliştirme ve bunu yaparken farkında olmaksızın toplumsal tabakalaşma düzenini yeniden üretme biçimleri...” (Swartz, 2011, s. 19).

Bourdieu'nün bu kavram setlerini geliştirmesinin altında, sosyolojik görüşünün merkezinde sosyal bilimler alanında var olan toplumsal ikilikleri aşma çabası bulunmaktadır. Bourdieu'ya göre toplumu anlamaya çalışırken yapı ve faili birbirinden ayırmamak gerekir, aksine yapılması gereken yapı/özne, teori/pratik gibi ikilikleri aşmaya çalışmaktır. Bu nedenle Bourdieu alan teorisiyle yapı ve faili(eyleyiciyi) bir arada ele alır. Bourdieu'ya göre alan ve alandaki failer bir ilişkisellik içindedir (Demirel, 2014, s. 403) ve toplum, kültür ilişkisel bir yöntemle, ikili karşıtlıkların ilişkiselliği göz önünde bulundurularak incelenmelidir. Çünkü toplum bu karşıtlıklarla şekillenmektedir, bu nedenle karşıtlıklar arasındaki ilişkiselliği bulmak önemlidir.

1.1.1. Alan Kavramı

Pierre Bourdieu, alan kavramını 1966 tarihli çalışmasında toplumsal dünyayı tanımlamak için kullanmıştır. Alan kavramını “toplum” kavramı yerine kullanan Bourdieu'ya göre toplum “sistemik işlevlerle, ortak bir kültürle, kesişen çatışmalarla ya da kapsayıcı bir otoriteyle bütünleşmiş yekpare bir bütün (totalite) değildir; böyle bir toplum ister kapitalizm, ister modernite ya da postmodernite densin, tek bir modernite mantığına indirgenemeyecek, nispeten özerk oyun alanları toplamından ibarettir” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 25). Bourdieu, toplumu ele alırken “sosyal uzam” kavramını kuramlaştırmakta ve bireyleri bu uzamda, sahip oldukları sermayenin hacmine göre konumlandırmaktadır. “Herkes hâkim pozisyonları arzuladığı için, sosyal uzam, bir savaş alanı gibi karşımıza çıkmaktadır. Bu savaşların merkezi, Pierre

Bourdieu'nun 'alan' adını verdiği çerçevedeki belirli mücadelelerdir" (Jourdain & Naulin, 2016, s. 105).

Modern devletlerde evrensel ideoloji bireyleri mülkiyet ve siyasi öznellik açısından biçimsel bir eşitliğe ikna eder. Biçimsel eşitsizlik toplumsal eşitsizliği yeniden üretirken insanlar ortak kaynaklardan mahrum kalır. Calhoun'un ifadesiyle (2015) Bourdieu'nün alanlara odaklanmasının ve altını oymasının nedeni bu eşitsizliğin yeniden üretimidir. Modern devletlerde alanlar, kendi ilkelerini üreten ve bu ilkelerle evrensel kabul gören bir yapıya sahiptirler. Toplumsal eşitsizliği anlamak için alanların yapısal özelliklerine, aynı zamanda bu alanlar içinde yaşanan mücadelelere, mücadele eden gruplara, uğruna mücadele edilen sermaye türlerine bakmak gerekir. Bourdieu'ya göre alanlar, iktidar ilişkilerini ve hiyerarşiyi netleştirir. "Yapısal kutuplaşmalar, hiyerarşik konumlar, kıt kaynaklar için rekabet, sapkınlık ile ortodoksi arasında mücadele, rakipler arasındaki ortak doxa gibi fikirler, alanları doğuran ve özerklik kazanıp işlemlerine yardım eden içsel yapılanma mekanizmalarına işaret eder" (Swartz, 2011, s. 396).

Eski bir rugby² oyuncusu olan Bourdieu alan ile oyun arasında benzerlik kurar. "Bourdieu kendi sosyal hayat anlayışını aktarmak için kullandığı oyunlar metaforunda 'oyun'la salt oyalayıcı şeyleri veya eğlenceleri değil, daha ziyade ciddi bir atletin oyun anlayışını kasteder" (Calhoun, 2007). Her alan, bir mücadeleye konu olan açık bir oyun mekânıdır. Her oyunun kuralları olduğu gibi, alanda yaşanan mücadelelerin de kuralları vardır. Oyundaki oyuncular, oyunun kurallarını değişmez olarak görürler; fakat bu kurallar tarihsel süreçte üretilmişlerdir. Kurallar, tarihsel süreç içerisinde sürekli değişime uğrar ve bu şekilde alanı yeniden yapılandırır. Oyuncu, alana giriş yapmadan önce, alanın talebini bildiği için bahsedilen tarihselliğe de aşinadır. Bourdieu, oyun içerisindeki oyuncunun oyunu nasıl oynayacağını ve hangi hamleleri yapacağına dair sahip olduğu sezgisel kapasiteyi "habitus" olarak tanımlamaktadır. Habitus doğduğumuz çevre ve zamanla sahip olduğumuz alışkanlıkları tekrar ederek kazandığımız bir şey olarak tanımlanmaktadır. Eyleyici oyuna dâhil olduğu zaman bu

² 15 kişilik iki takımla oynanan birebir temasa geçilmesi gereken bir oyundur. Bu oyunda cesaret oldukça önemlidir ve mücadeleler oldukça sert yaşanır. Bu oyun kaba ve zorlu bir oyun olarak tanımlanmaktadır.

oyunun kurallarını bilir, bu oyuna girmeye karar verdiğinizde bunun bir oyun olduğunu da unutursunuz.

“Oyuncular arasındaki rekabetin ürünü olan kazanılacaklar ve kaybedilecekler, yani bir tür bahisler (enjeux) vardır. Oyuna yatırım, illusio (oyun anlamına gelen oyuna ve bahislere inancı (doxa) paylaştıkları ölçüde oyuna katılır ve -bazen kıyasıyla bir rekabetle- birbirlerinin karşısına çıkarlar. Oyun ve bahislerini, sorgulama dışı tutacak şekilde benimserler. Oyuncular yalnızca oyuna girerek, oyunun oynamaya değer olduğunu kabul etmiş olurlar (yoksa oyuna dair bir “sözleşme” olduğu için değil) ve bu karşılaşma, rekabetlerinin ve çatışmalarının ilkesidir. Kozlara, yani güçleri oyuna göre değişen temel kartlara sahiptirler: kartların görece gücü nasıl oyuna göre değişiyorsa farklı sermaye türlerinin (iktisadi, kültürel, toplumsal, simgesel) hiyerarşisi de farklı alanlarda değişir” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 82-83).

Bourdieu alanlar arasında hiyerarşik bir yapı olduğunu kabul eder, fakat bu hiyerarşi Marx’ın iddia ettiği gibi ekonomik sermayenin her alanda baskın olduğu iddiasına benzer değildir. Her alan kendi yapısal özelliklerine göre kültürel, simgesel, sosyal sermaye gibi farklı sermaye biçimlerine sahiptir. Alan içerisinde sermaye türlerinin önemi azalıp artabilir, hatta bazı sermaye türleri zaman içerisinde yok olabilir. Alanlarda etkili olan sermaye türleri ülkeden ülkeye de farklılık gösterebilir. Bourdieu’ya göre, alanlarda etkili olan sermaye biçimleri tarihsel süreç içerisinde toplumların evrimine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir. Alan içerisinde önemli olan sermaye türünü belirleyen birden çok faktör bulunmasının yanı sıra en önemli faktör, alanın daima yeniden yapılanmasını sağlayan alan içi mücadeledir. Bu nedenle Ali Kaya’ya göre, alanlar içerisinde araştırma yaparken “alanların yapısal özelliklerini, alanın güç dengesini, alanın yönetimini elinde bulunduranları ve bu yönetime talip olanları tespit etmek, alanla ilgili analizlerde doğru sonuçlara ulaşmakta önemli ölçütlerdir” (2017, s. 400).

Bourdieu’ya göre, bir takım özerk alanların ortaya çıkışında toplumsal dünyada iş bölümlerinin farklılaşması ve artması etkili olmuştur (Jourdain & Naulin, 2016, s. 122). Alanlar malların, hizmetlerin, gücün, hiyerarşinin, konumların üretildiği dolaşıma girdiği, farklı sermaye biçimlerinin mücadele için kullanıldığı sınırları net olarak çizilemeyen ve birbirleriyle ilişki içerisinde olan mücadele sahasıdır. Bourdieu, alanlar arasında hiyerarşik bir ayrım olmadığını vurgulasa da “iktidar alanı” birincil alan olarak

diğer alanları etkilemektedir. Tüm sermaye biçimleri üzerinde kurulmak istenen iktidarı ifade eden iktidar alanı sermaye türlerinin yoğunlaştığı alandır ve diğer alanlara giriş hakkını da belirleme gücüne sahiptir. Bourdieu'nün üst alan olarak tanımladığı iktidar alanı “egemen sınıfı” ifade etmektedir. Bu alan yalnızca siyasal alanla sınırlandırılmaz, tüm sermaye türlerine sahip olan iktidar alanı diğer alanlar üzerinde de bir iktidara sahiptir.

1.1.2. Bir Mücadele Arenası Olarak “Alan”

Bourdieu'ya göre (1997) alanlarda ezen ve ezilenler arasında sürekli, eşitsiz münasebetler ve mücadeleler yaşanmaktadır. Alan içerisinde yaşanan mücadele, alanı dönüştürmek, sahip olunan sermayeleri korumak ya da bu sermayeleri arttırmak adına gerçekleşebilir. Alanda yaşanan mücadelenin mantığı “özüml sermaye dağılım yapısının korunması(ortodoksi) veya altüst edilmesi (heterodoksi) üzerine kurulmuştur” (Etil & Demir, 2004, s. 336). Oyuncular alan içerisinde değer verilen kaynakları korumak, elde etmek, dönüştürmek için karşı karşıya gelir ve çatışırlar. Alanın yapısını belirleyen, dönüştüren ve yeniden üreten de bu mücadeledir. Alanlarda başkalarıyla sürdürülen mücadelede eyleyicinin stratejisini belirleyen, konumudur. Alandaki konumu belirleyense sahip olunan sermaye türü ve hacmidir. Eyleyicilerin amaçları en yüksek hâkimiyete ulaşmaktır, bu durumda diğer eyleyicilerin alandaki meşruluğunu kaldırma fırsatı yakalarlar (Eaglaton, 1996, s. 222).

Swartz (2015) sermaye için yürütülen mücadelelerin iki şekilde gerçekleştiğini belirtir. Birinci mücadele biçimi, bazı sermaye biçimlerini bir iktidar kaynağına dönüştürmekle ilgilidir. İkinci mücadele biçimi ise alandaki eyleyicilerin sahip oldukları konumları sürdürmek ya da başka sermaye biçimlerine dönüştürmeleriyle ilgili bir mücadeledir. Herhangi bir sermaye türü, bir alanda hem uğruna mücadele edilen bir şey, hem de mücadele ederken kullanılan bir silah olabilir. Eyleyicilerin alandaki temel stratejisi sermaye biriktirmek ve bu sermayeleri başka sermaye türlerine dönüştürmektir.

“Alandaki çatışmalar, alanın iddiasına göre konumlanmak, örneğin siyasi alanda sağda veya solda yer almak anlamına gelir. Bireylerin mücadelede aldıkları tavırlar, bireylerin alandaki konumlarına ve yollarına göre değişiklik gösterir. Yani

tavırlar kısmen konumlar tarafından belirlenir. Bireylerin alandaki konumlanmaları, “alana olan bakış açılarını” yani oluşturdukları mücadele ve ganimet tasvirlerini belirlemektedir. Bu konum ve tavır alma arasındaki çakışma, nesnel ve zihinsel yapılar arasındaki türdeşliğin kaynağı olan habitus ile açıklanır. Bireylerin yükselen veya inen yolların yetenek ve tasvirlerini, dolayısıyla, en sonunda, konumlanmalarını yapılandıran unsurlardan biridir. Bu konumlanmalar, yerini muhafaza etme veya iyileştirme amacı güden stratejilerin (Bu stratejilerin bilinçli olması gerekli değildir) sonucu olarak ele alınabilir. Öyle ki Pierre Bourdieu, bireylerin eylemlerinin daima toplumsal alandaki konumlarını korumaya veya yükseltmeye yönelik olduğunu varsaymaktadır” (Jourdain & Naulin, 2016, s. 126).

Alanda yaşanan mücadele hâkim konumdakilerle alana yeni giriş yapanları karşı karşıya getirir. Bu mücadele, alandaki konumlarda iktidar kuranlar ve bu iktidarı ele geçirmek isteyenler arasındadır. Her alanın yapısı alanda yaşanan mücadeleyi, mücadelede kullanılan araçları ve yöntemleri belirlemektedir. Alanlarda yaşanan mücadele genellikle alanda daha önceden var olan, yani alanda hakim konumda olanla, alana sonradan dahil olmaya çalışan gruplar arasında gerçekleşir. Mücadelenin amacı, alanda egemen olmaktır. Yaşanan mücadelelerde alan içinde egemen konumda olanlar genellikle alanda sahip olduğu yeri korumaya çalışırken, alandaki sermayeye talip olan mücadeleciler bir tavır sergilemektedir (Yücedağ, 2016).

“Çünkü, alandakiler olması gereken düzenin, zaten içinde bulunulan düzen olduğunu savunmakta ve dolayısıyla buna uygun doxa yaratmaktadır. Talipler ise, söz konusu doxanın yıkılması gerektiği ve içinde bulunulan düzenin zaten içinde bulunulan düzen olduğunu savunmakta ve dolayısıyla buna uygun bir doxa yaratmaktadır. Talipler ise, söz konusu doxanın yıkılması gerektiği ve içinde bulunulan düzenin olması gereken-arzu edilen düzen olmadığını savundukları için yıkıcı stratejiler geliştirirler” (Yücedağ, 2016, s. 119).

Oyuncular alanlar içinde düzenli bir şekilde oyuna katılırlar ve oyun boyunca kazanacakları ödüller etrafında bir mücadele gerçekleştirirler. Mücadele her alana özgü ortak bir özelliktir. Genellikle bu alana erken dâhil olanlar kendilerinden sonra alana dâhil olanlardan daha deneyimli ve ayrıca alanda oynanan oyunun kurallarının bilgisine sahiptirler. Eyleyicilerin alanda yaptıklarının tutarlı bir dizi nedeni vardır. Alanın ilkelerini, kurallarını, alan içerisinde yaşanan mücadelenin nedenlerini anlamak, çoğu zaman birbiriyle tutarlı olan bu bir dizi nedeni açıklamakla mümkündür. Bourdieu'nün alan analizi, farklı sermaye türlerine sahip eyleyicilerin arasındaki mücadelenin

derinlemesine gözlemlenmesini ve eyleyicilerin davranışlarının nedenlerini tutarlı bir biçimde anlamaya olanak tanımaktadır.

1.1.3. Habitus

Habitus kavramı, Bourdieu'nün araştırmalar için en elverişli fakat en zor anlaşılabilir kavramlarından biridir. Terry Eagleton "*İdeoloji*" kitabında, Bourdieu'nün ideolojinin günlük yaşama nüfuz etme mekanizmaları üzerinde durduğunu ve bu konuya açıklık getirmek amacıyla *Bir Pratik Teorisi Taslağı* (1977) adlı eserinde habitus kavramını geliştirdiğini söyler (1996). Kökeni Aristoteles'e dayanan habitus kavramı sınıf, cinsiyet, kültür, eğitim, etnik köken, coğrafya gibi tarihsel süreç içerisinde kişinin yaşam deneyimleriyle birlikte alışkanlıklarını şekillendiren bir dizi faktörü ifade etmek için kullanılmaktadır. Bourdieu'nün sosyolojisinde önemli bir yere sahip olan bu kavram, bireyin ya da bireylerin geçmiş deneyimlerine bağlı olarak kalıcı hale gelen yatkınlıkları ifade eder. Her insan doğduğu andan itibaren yaşadığı toplumsal çevre içerisinde düzenli olarak tekrar eden sosyal durumlara maruz kalmaktadır. Habitus, bu sosyal durumlarda nasıl davranacağımız konusunda bizi yönlendiren pratik duygusudur.

"Esasen habitus kavramı, Aristoteles'in heksis kavramının Saint Thomas d'Aquin tarafından tercüme edilmesiyle ortaya çıkmıştır. Aristoteles'in heksis'i, eğitimle sağlanmış olan ve bireylerin eylem kapasitesinin temelini oluşturan fiziksel maharet ve davranışları (davranış biçimi, beceriklilik...) ifade eder. Saint Thomas d'Aquin, heksis'i habitus olarak tercüme eder ve bu kavramla bir yerden sonra spontane hale gelen (bilhassa dinî) adetlerin öğrenilmiş toplumsallığını ifade eder" (Jourdain & Naulin, 2016, s. 41-42).

Bourdieu, birey ve toplum arasındaki ilişkinin kendiliğinden kurulan bir ilişki olmadığını "habitus ve alan arasında inşa edilmiş bir ilişki" olduğunu savunur. Bourdieu'ya göre toplumsal olayları habitus ve alan arasındaki ilişki deneyimiyle açıklamak, kişinin sosyal inşasının oluşumuna açıklık getirecektir. Habitus, kendini geçmiş içerisinde şekillendirirken bir yandan da geleceğe pratik bir gönderme yaparak insanları bir yaşam stilinde birleştirmektedir (Bourdieu, 1995). Habitus, geçmişin bir ürünüdür fakat gelecekte yapılacak olanlar konusunda bize ne yapacağımız hissini verir, bireylerin zihinsel ve bedensel algılama biçimlerini tarihsel şemalarla biçimlendirir. Bourdieu'ya göre geçmiş, şimdi ve gelecek habitusta kesişir. "Habitus, bedeninin en

derinine yerleşmiş, yeniden harekete geçirilmeyi bekleyen, gücül bir ‘tortulaşmış durum’ olarak anlaşılabilir” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 30).

Tecrübeler alan içerisinde nasıl hareket edileceğinin bilgisini verir. Bourdieu’ya göre alanlar, “buralara girenlerden ve o evrenlerin işlerlik yasalarını pratik olarak denetleyebilmelerini, yani önceden oluşmuş bir toplumsallaşmayla ve/veya bizatihi belirtilen alanda geçerli olan habitus talep eder” (1995, s. 168). Buna “oyuna aşına olmak” da denilebilir. Uzmanlaşmış faaliyetler “oyuna aşinalık” gerektirir. Örneğin uzmanlaşmış bir meslek olarak gazetecilik, alana giriş yapan faillerden oyuna aşinalık, yani tutumlarıyla konumları arasında bir uyum talep eder. Habitus bu gibi durumlarda üzerine düşünülmeden alanın talep ettiği davranışı üretmeyi mümkün kılar. Çünkü zaten sosyal dünyanın dışsallığı önceden içselleştirilmiştir (Jourdain & Naulin, 2016, s. 45). İnsan, bilgisine sahip olduğu dünyanın dışına çıktığında yeni koşullara uyum sağlamak konusunda zorluk yaşayabilmektedir. Habitus yardımıyla insanlar karşılaştıkları durumlara karşı strateji üretebilmektedir.

“Habitus, bir alanın ya da kesişen bir dizi alanın (alanlar arasındaki kesişmenin veya kopukluğun boyutu, bölünmüş, hatta parçalanmış habituslar yaratabilir) içkin zorunluluğun somutlaşmasının ürünüdür. Öte yandan bu, bir bilgi ya da bilişsel inşa ilişkisidir: Habitus, enerji yaratmaya degecek, mânâ ve değer taşıyan, anlamlı dünya olarak alanın kurulmasına katkıda bulunur. Burada iki sonuç çıkarabiliriz: İlk olarak, bilgi ilişkisi, ondan önce gelen ve habitusun yapılarını şekillendiren koşullanma ilkesine bağlıdır; ikinci olarak, sosyal bilim, zorunlu olarak ‘bir bilginin bilgisidir’ ve alanın birincil deneyiminin, sosyolojik olarak temellendirilmiş bir fenomenolojisine yer açmak zorundadır” (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 118).

Habitus, içinde doğduğunuz ve yaşadığınız hayat koşullarını sorgulamadan kabul etmenizi sağlarken aynı zamanda toplumsal eşitsizliği yeniden üreterek meşrulaştırmaktadır. Calhoun’a göre habitus, sembolik şiddet tarafından eşitsizliğin yeniden üretilmesine, içselleştirilmesine ve doğallaştırılmasına neden olabilir (2015, s. 75) Çünkü toplumsal koşullarda radikal bir değişiklik olmadığı sürece kişiler alışkanlıklarını muhafaza ederek sürdürme eğilimindedirler.

1.1.4 Sermaye

Pierre Bourdieu sermaye kavramını geliştirirken Karl Marx'tan etkilenir. Fakat Bourdieu, Marx'ın tanımladığı şekilde sermayeyi yalnızca iktisadi alanla sınırlamaz. Bourdieu'ya göre dört temel sermaye türü vardır: Ekonomik sermaye, kültürel sermaye, toplumsal sermaye ve simgesel sermaye.

Ekonomik sermaye, bir bireyin geliriyle ve sahip olduğu mal varlığıyla ilgilidir. Salt ekonomik kaynakların elde bulundurulması anlamına gelen ekonomik sermaye türü, gelir ve mülkiyet sahipliğini ifade etmekle birlikte aynı zamanda ekonomik olanın diğer pratiklerle ilişkisinin anlaşılması üzerine kuruludur (Göker, 2007, s. 282). Bourdieu, ekonomik sermayeyi kişinin sahip olduğu mal-mülk ve geliri ifade etmek için Marx ise sermaye sınıfını üretim araçlarını elinde bulunduranları ifade etmek için kullanır. Ayrıca ekonomik sermaye, diğer sermaye türlerini elde etmeyi kolaylaştıran bir sermaye türüdür.

Kültürel sermaye, genel olarak bireyin sahip olduğu kültürel kaynakları ifade etmek için kullanılmaktadır. Piyasa toplumlarında kültürel olanakların iktidar boyutuna dikkat çekmek için kullanılan kültürel sermaye kavramı, Bourdieu'un bütün kavramları arasında öne çıkan önemli bir kavramdır. Bir sermaye biçimi olarak kültür, aynı zamanda bir iktidar kaynağına dönüşerek toplumsal eşitsizliği yeniden üretebilmektedir. Çocukluk yıllarında birikmeye başlayan kültürel sermaye bireyin sahip olduğu dilin, eğitimin, bilginin ilişkileri kalıcı olarak nasıl şekillendirdiğinin ve bunun sonucu olarak kariyer fırsatlarında ne tür eşitsizliklere dönüştüğünün anlaşılmasını sağlamaktadır (Swartz, 2011, s. 390).

Kültürel sermaye, gayri iktisadi olan malları ve hizmetleri de kapsar. Bourdieu, kültürel sermaye kavramını farklı kültürel sermayeye sahip ailelerin aynı okullardaki eşitsiz başarılarını açıklamak için kullanmıştır. Bourdieu'ya göre aileden miras alınan kültürel sermaye biçimi kişinin başarı düzeyini de etkilemektedir. Kültürel sermaye ekonomik sermaye gibi bir nesilden başka bir nesle kolayca aktarılmaz, zaman isteyen bir süreçtir.

Toplumsal sermaye ya da *sosyal sermaye*, kişinin dâhil olduğu ilişkiler ağı ve bu ağ sayesinde elde edilen güç olarak tanımlanmaktadır. Toplumsal sermaye, bireyin ilişki ağına ve bu ilişki ağındaki kişilerin sermayelerinden faydalanma olanağına bağlı olarak ortaya çıkan bir sermaye türüdür. Eyleyicinin alandaki diğer üyelerle bağlantıları, bu bağlantıların getirdiği avantajlar toplumsal sermayeyle ilişkilidir. “Birey, ilişki ağı ne kadar genişse ve ilişkide bulunduğu kimselerin iktisadi ve kültürel sermayesi ne kadar güçlüyse, o kadar büyük bir toplumsal sermayeye sahiptir” (Jourdain & Naulin, 2016, s. 107). Bireyler, bu ilişkilerden ve bu ilişki ağı içerisinde bulunan kişilerden gerektiği zaman faydalanma imkânına sahip olur.

Simgesel sermaye, “kabul görmeye, hürmet edilmeye, itaate ya da başkalarının hizmetine yönelik meşru talepler olarak algılanan bir iktidar biçimidir” (Swartz, 2011, s. 67). Simgesel sermaye, tanınırlık ve prestij gibi unsurlarla başkaları üzerinde belirli bir güç sağlamayı mümkün kılmaktadır.

Bourdieu sermaye kavramını tanımlarken sermayeyi yalnızca ekonomik mülkiyete dayanan mallar olarak tanımlamaz, bu tanımı daha da genişletir. Her alanda geçerli olan farklı sermaye türleri vardır. Bu sermaye türleri alanın yapısına göre zamanla değer kazanır ya da değer kaybedebilir. Alanda yaşanan mücadelenin hangi sermaye türleri etrafında gerçekleştiğini, alana hangi sermaye türleriyle giriş yapıldığını bilmek alanda hâkimiyet kurma ve hâkimiyeti sürdürmek açısından önemlidir. Alan ve sermaye türleri ilişkisellik içerisinde. Bu nedenle bir sermayenin etkinliğini içinde bulunan alanın yapısına bağlıdır (Kaya, 2017, s. 400).

1.2. GAZETECİLİK ALANININ OLUŞUMU, İŞLEYİŞ MANTIĞI VE MESLEK ETİĞİ

Bourdieu, alan kavramını toplumsal uzam içinde “malların, hizmetlerin, bilginin ya da statünün üretildiği, dolaşıma girdiği ve temellük edildiği arenalar ve aktörlerin farklı sermaye türlerini biriktirip tekellerine alma mücadelesinde işgal ettikleri rekabete dayalı konumlar” (Swartz, 2011, s. 167) olarak tanımlar. Bir alan olarak “gazetecilik” de başka

alanlarla ilişkisel bir biçimde, eyleyicilerin kendine özgü koşullar içinde faaliyet gösterdikleri tarihsel geçmişi olan mücadele alanıdır.

Kültürel üretim sürecine hâkim olmak, iktidarın ideolojisini bu ürünlerin içinde saklı bir şekilde yayma fırsatı vermektedir. Gazetecilik alanının önemi, fikir üretimi gibi eşsiz bir güce sahip olmasından gelmektedir. Bir kültürel üretim pratiği olarak gazetecilik “izleyicilerin gerek bilinçaltı, gerekse kolektif bilinçlerinin yapılanmasında bir dizi koşulanmış pratiğin üretimine katkıda bulunurken” (Köse, 2004, s. 56) bir yandan da bütün olup bitenler konusunda bir bakış, bir sunuş, bir anlama, bir açıklama çerçevesi sunarak bizi hayat karşısında konumlandırmaktadır (Alankuş, 2008, s. 104).

Bourdieu, gazetecilik alanının toplumsal yaşamda neden önemli olduğunu nedenini şöyle açıklar:

“Gazeteciler -gazetecilik alanı demek daha doğru olur- toplumsal dünya içindeki önemlerini, enformasyonun büyük ölçekli üretim ve yayılımını sağlayan aygıtlar üzerindeki olgusu bir tekeli ellerinde bulundurmakta olmalarına ve bu araçlar eliyle, sıradan yurttaşlara, ama aynı zamanda da kültürün diğer üreticilerine, bilim adamlarına, sanatçılara, yazarlara kimi zaman “kamu alanı” diye adlandırılan şeye, kolayca ulaşabilmelerine borçludurlar, yani büyük ölçekli yayına” (Bourdieu, 1997, s. 52).

Gazetecilik alanının toplumsal uzam içindeki öneminin bir nedeni de simgesel şiddeti yeniden üretme gücüne sahip olmasıdır. Simgesel şiddet, ona maruz kalanların yanı sıra aynı zamanda şiddeti uygulayanların suç ortaklığıyla gerçekleşir. Her iki taraf da şiddeti uyguladıklarının ya da şiddete maruz kaldıklarının bilincinde değildir. Bourdieu’ya göre bu şiddet, şiddetin bilincinde olunmadığı sürece uygulanan bir şiddettir (Bourdieu, 1997, s. 21-22). Bourdieu’nun ifadesiyle simgesel şiddetin dayanağı tahakküm altında olanların habitusunu oluşturan yapılarla doğrudan ilişkilidir. Tahakküm ilişkisini üreten genellikle alanda tahakküm kuranlardır ve tahakküm altında olan kişi alanı onların çıkarlarına uygun kategoriler aracılığıyla algılamaktadır (Bourdieu, 1995, s. 210).

Gazetecilik alanı, toplumsal uzam içindeki önemini, sahip olduğu kültürel sermaye hacmiyle kazanmıştır. Fakat tarihsel süreç içerisinde yaşanan dönüşümler gazetecilik

alanı, içerisinde ekonomik sermayeyi kültürel sermaye kadar önemli duruma getirmiştir. Haberin kitleler üzerindeki etkisinin keşfedilmesi ayrıca gazetelerin büyük işletmelere benzer biçimde örgütlenmesi, alanı ekonomik olguların yanı sıra farklı güç dengelerinin mücadele ettiği bir mücadele arenasına dönüştürmüştür. Bu güç dengelerini tarihsel bağlamda değerlendirmek bugün alanın kavuştuğu yapısal özellikleri anlamak için gereklidir.

Gazetecilik faaliyetleri uzun bir tarihsel geçmişe dayansa da bugünkü biçimiyle gazetecilik alanı, yapısal özelliklerini on sekizinci yüzyılda başlayan bir sürecin sonunda kazanmıştır. 1830'larda Amerika'da metelik basının (penny press) gelişimiyle basın, pazar ilişkileri içinde örgütlenmeye başlamış (İnal, 2005) ve bu süreçte metelik basının genel kamuya hitap edebilmesi için siyasal bağlantılardan uzaklaştığı ilan edilmiş “evrenselleştirilebilir” normlar, ilkeler ve pratikler belirlenmiştir (Taş, 2005, s. 10).³ Gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmeye başlaması, meslek etiği ve özdenetim tartışmalarını da beraberinde getirmiş, özdenetim mekanizmaları medyanın toplumsal görevini yerine getirmesinin koşulu sayılmıştır. Gazetecilik mesleğinde profesyonellik standartlarının sağlanması için ortaya çıkan etik ilkeler ve bu etik ilkelerin izlenmesi için ortaya çıkan mekanizmalar “meslek etiği” bağlamında tartışılmaktadır. Bu araştırmanın odaklandığı bir özdenetim mekanizması olan “ombudsmanlık” da meslek etik ilkelerinin işleyişini sağlamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, gazetecilik alanına sembolik güç kazandıran ve aynı zamanda ombudsmanlık mekanizmasının temellerinin dayandığı “meslek etiği” tartışmalarının tarihselliğinden ve dayanaklarından bahsetmek faydalı olacaktır.

1.2.1. Gazetecilik Alanında Etik Tartışmalar ve Gazetecilik Meslek Etiği

Etik denildiğinde ilk akla gelen, insanın davranışlarında, kararlarında ahlaklı olma durumudur. Felsefenin bir disiplini olarak “etik” sözcüğünün kökeni, Yunancada “ethos” sözcüğüne dayanmaktadır (Pieper, 1999, s. 30). Ethos sözcüğü, erdemi ve

³ Oğuzhan Taş “Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları” adlı çalışmasında gazeteciliğin uzmanlaşmış bir üretim alanı olarak ortaya çıkışını, gazetecilik mesleğine ait normlarını ve basının kamunun sesi olduğunu savunan liberal anlatının dayandığı temelleri sorgulamakta, aynı zamanda gazetecilik etiğinin hangi tarihsel ve ideoloji içerisinde şekillendiğini ayrıntılı bir biçimde ele almaktadır.

ahlakı ifade etmek için kullanılmaktadır. Aristoteles'in öğretisine dayanan etik kavramı, iyi ve kötü kavramları üzerine temellenmiştir. Etiğin en temel amacı, insanın toplum içerisinde yaşarken kendini nasıl gerçekleştirebileceğine ilişkin yol ve yöntemleri gösterebilmektir. Etik kişinin doğru hareket etmesi, eleştirel değerlendirmeler yapabilmesi için bilgi ortaya koymayı amaçlar. İrfan Erdoğan'a göre (2006) etik, erdemın incelenmesidir. "Etik araştırma alanına verilen isimdir; ahlaklılık veya erdem ise araştırmanın nesnesinin/konusunun ismidir. Erdem belli bir yer ve zamanda belli bir grupta, cemaatte veya toplumda kabul edilebilir davranış kodlarıdır." Birkaç etik kod türü vardır ve bu kodlar birbirleriyle de ilişkilidir. Yasalarla belirlenen yasal kodlar; toplumsal davranış kodları olan ahlak/erdem kodları ve son olarak toplumun davranışsal beklentilerini temsil eden kodlardır.

İonna Kuçuradi (2003, s. 9), etik sözcüğünün günümüzdeki tartışmalarda kullanıldığı üç ayrı anlamı olduğundan bahsetmektedir. İlk olarak etik, ahlak anlamında, yani; "belirli bir grupta, belirli bir zamanda, kişilerin birbirleriyle ilişkilerinde, değerlendirilmelerini ve eylemlerini belirlemeleri beklenen davranış normları sistemleri anlamında kullanılıyor". Başka bir bağlamda 'etik' kelimesi, "bir grup insanın belirli amaçlarla oluşturduğu normlar bütünü" olarak kullanılmaktadır. Bu kodların amacı evrensel olarak geçerli kılınacak normlar oluşturmaktır. Son olarak etik sözcüğü "insansal bir fenomen olan etik fenomeni hakkında doğrulanabilir, yanlışlanabilir bilgi ortaya koyan ya da koyması beklenen felsefe dalını da dile getirmek için" kullanılmaktadır.

Etik, normatif ve betimleyici olmak üzere iki farklı yöneme sahiptir. Betimleyici yöntem, bir toplulukta geçerli olan eylemler ve davranış biçimlerini araştırır. Bu yöntem, "çoğunluğun bağlayıcı olduğunu kabul ettiği ahlak yasalarının bütününe yönelik yargıları içerir". Normatif yöntemse, varolanı betimlemez, tanımlamayı tercih eder. Bu yöntem herhangi bir saptama yapmadan önce eylemleri ahlak çerçevesinde değerlendirme olanağı sunan ölçütler geliştirir (Uzun, 2011, s. 14). Uzun'a göre (2011), iletişimle ilgili sorunlar bakımından en uygun yöntem normatif yöntemdir. Teleolojik (erekbilimsel) ve deontolojik (ödevbilimsel) iki model, normatif yöntemin en yaygın iki modelidir. Teleolojik yani faydacı etik yaklaşımına göre, ahlaki eylemin değerini belirleyen sonuçtur. Bu yaklaşımı savunan filozoflar, etik davranışın belirlenmesinde

eylemin yararlılığını önemli saymaktadırlar. Bu yaklaşıma göre bir davranışın etik sayılıp sayılmaması, o davranışın sonucunun iyi ya da kötü olmasıyla ilgilidir. Bu yaklaşımın önemli savunucuları, Jeremy Bentham ve John Stuart Mill'dir. Teleolojik yaklaşımda haz, mutluluk gibi maddi ölçütler dikkate alınmaktadır. Deontolojik yani ödev bilimsel etik anlayışa göre, bir davranışın sonucunun yarar sağlaması onu ahlaki yapmaz. Deontolojik yaklaşıma göre, önemli olan eylemin sonucu değil, eylemin arkasındaki niyettir. Deontolojik yaklaşımın en önemli temsilcisi Immanuel Kant'tır. Bu yaklaşım Kant'ın ahlak teorisine dayanmaktadır. Deontolojik yaklaşımda ödev, ilke, adalet, yasa gibi kavramları önemlidir. Ayrıca bu yaklaşımda eşitlik, adalet, özgürlük, tarafsızlık, evrenselleştirilebilirlik gibi ölçütler esas alınmaktadır.

Bu teorilere gazetecilik meslek etiği açısından bakılacak olursa, gazeteciler de mesleki anlamda bir takım etik amaçlara sahiptirler. Gazetecilik mesleğinin tarihsel süreç içerisinde kazandığı “meslek ilkeleri” evrensel kabul görmüş değerlerdir. Meslek etiği bağlamında tartışılan etik, etik tartışmalardan farklı olarak, bir mesleğe ait belirli amaçlarla bir araya gelmiş insanların oluşturdukları kodlar bütünü bağlamında tartışılmaktadır. Bu kodların amacı evrensel olarak geçerli kılınacak normlar oluşturmaktır. Meslek etiğine yönelik tartışmalarda aranan şey, o mesleğe özel türden normlardır. Bu normlar, söz konusu mesleği icra edenlerin hepsinin, her yerde kararlarını ve eylemlerini belirlemesi beklenmektedir. Meslek etiğindeki normlar, “kişilerin sahip oldukları dünya görüşlerinden, kültürlerinden, ideolojilerinden, dinlerinden bağımsız olarak uygulamaları gereken normlardır” (Kuçuradi, 2003, s. 7-9).

1.2.2. Gazetecilik Etiğini Demokrasi ve Basın Özgürlüğüyle Birlikte Düşünmek

Meslek etiğinin sağlanabilmesinin ön koşulu “etik ilkeler” oluşturmaktır. Meslek ilkeleri genellikle meslek grubu içerisinde bulunan kişilerin belirledikleri ilkelerdir. Ayşe İnal'ın ifade ettiği gibi (2005, s. 27), bir meslek için evrensel geçerli olan ve her özel durumda yol gösterici olabilecek ilkeler, bir ön kabul üzerine kuruludur. Bu bağlamda gazetecilik meslek etiğinin amacı da evrensel geçerliliği olan ortak davranış normları oluşturmaktır.

Bugün gazetecilik etiği için yürütülen tartışmaların tarihselliği, düşünce ve ifade özgürlüğü tartışmalarına dayanmaktadır. Keane (2010), basın özgürlüğü felsefesinin, ifade özgürlüğünü savunan felsefi tartışmalarla ortaya çıktığına dikkat çeker. Basın özgürlüğünü savunanlara göre, modern devletlerde basın özgürlüğü yurttaşların en temel hakkıdır ve dogmatik geleneklerin karşısındadır. 19. yüzyılın ortalarında Amerika’da İngiltere’de basın özgürlüğüne yönelik yürütülen tartışmalar medeni haklara, siyasal demokrasi mücadelelerine de katkıda bulunmuş, özgür basına ilişkin talepler demokratikleşmenin önünü açmıştır. Özgür basın ideali, küçük işletmelerin, merkezileşmemiş pazar rekabetinin olmadığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bu nedenle zaman içerisinde, basın özgürlüğü ütopyası ile gerçek arasındaki uçurum açılmış; çünkü pazar rekabeti ilk büyük gazete patronlarını yaratmaya başlamıştır. Basın özgürlüğü idealini savunanların geliştirdikleri kavramlar kendi içlerinde çelişkili kalmıştır. 19. yüzyılın sonlarına gelindiğinde basın, kamuoyunu bilgilendirme ve kamu adına iktidarı denetleme göreviyle çelişmeye başlamış, ticari bir girişime dönüşmüştür.

Ayşe İnal’a göre (1996), “faydacı etik” düşüncesinden beslenen basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü düşüncesine giden yolu açmıştır. Bu düşünce “liberal siyasal düşünce ile birlikte gelişen özgürlükler silsilesinin bir parçasıdır”. Profesyonel gazetecilik normları da bu anlayış çerçevesinde oluşmuştur. Bu normlar arasında yer alan “nesnellik” ilkesi, 1800’lerin ortasında hızla gelişerek tarafsız bir dünya görüşünü anlatmak için kullanılmış ve 1900’lerin başına gelindiğinde “nesnellik” ve “tarafsızlık” ilkesi “ciddi ve güvenilir” haberciliğin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Liberal teoriden beslenen paradigmalarda basın, çoğulcu demokrasinin korunmasında hayati işleve sahip bir kurum olarak tanımlanmaktadır (Cangöz, 2008, s. 157). Bu paradigmalara göre, gazeteciliğin amacı; kamuya hizmet etmek, halkı bilgilendirmek ve halkın temsilcisi olarak iktidarı sorgulamaktır. Bugünkü gazeteciliğin mantığını da “kamuya hizmet etme” ideali oluşturmaktadır. Fakat özel işletmeler şeklinde örgütlenen gazetelerin asıl amacı, serbest pazar ekonomisi içinde tercih edilen olabilmek ve kâr elde etmektir. Yaylagül’e göre (2019) liberal paradigmanın temel işlevi, iktidarı kamu adına denetlemek ve toplumsal sorunlar hakkında okuyuculara güvenilir bilgi sağlamaktır. Fakat kapitalist toplumlarda basının işleyişi, bu iyimser bakış açısından

uzak bir gerçeklikte az sayıdaki büyük sermaye gruplarının maksimum kâr arayışına hizmet edecek bir yapıdadır.

Liberal yaklaşım basına yasama, yürütme ve yargı erklerinin gücünü kamu yararına denetleyecek, dolayısıyla kamusal çıkarların bekçiliğini yapacak bir rol biçer (Alankuş, 2008, s. 191). Bu yaklaşıma göre, gazetecilik demokrasinin bir koşuludur. Gazetecilik ve demokrasi bağı arasındaki bileşenlerden ilki, medyanın hükümeti denetlemesi; ikincisi ise vatandaşın akliselim yargılarda bulunabilmesi için gerekli bilgiyi sağlamasıdır (O'Neill, 2011, s. 40-41). Liberal bir yapıda şekillenen basının “kamu hizmeti işlevi” ve kamu çıkarlarının bekçiliği görevinin uygulanabilirliği noktasında soru işaretleri vardır. Gülgün Erdoğan Tosun’a göre (2007) bu yaklaşım oldukça iyimser bir bakış açısıyla örülüdür. Dördüncü güç işlevi gördüğü iddia edilen basın, nihayetinde siyasal iktidarın bir parçası haline gelmekte ve bu haliyle insanların hak ve özgürlüklerini koruma, demokrasinin sağlıklı bir şekilde işlemesi görevini de yerine getirememektedir. Basının kamu adına ve yararına yönetenleri denetleyebilmesi, bu görevini yerine getirebilmesi için bu organlardan ayrıca hükümet ve siyasal iktidardan bağımsız davranabilmesi gerekmektedir.

O'Neill liberal demokrasilerde basının işleyişini şu şekilde özetler:

“Liberal demokrasi tezlerinin demokrasilerde özgür basın hükümet üzerine bir gözlemci gibi çalışarak yurttaşların temel meseleler hakkında yargıda bulunabilmesi için gerekli bilgi ve haberi sağladığını ifade eder. Aynı zamanda yurttaşları, farklı fikirlerin ve bakış açılarından haberdar eden bir forum işlevi görerek, demokrasinin çok sesliliğine katkıda bulunur. Yine liberallere göre, gazetecilik ve demokrasinin mutlu beraberliğini en iyi serbest piyasa sağlayabilir. Bu anlayışa göre, siyasal güçler tarafından sınıflandırılmayan bir piyasa, yurttaşların gereksinimlerini karşılaması için basına gerekli olan en iyi kurumsal ortamı sağlar. Ancak, basında ve diğer kitle iletişim araçlarında görülen tekelleşme eğilimleri liberal yaklaşımın söz konusu önermelerini kuşkulu hale getirmektedir. Serbest piyasa doğası gereği tekelleşme ve yoğunlaşmayı beraberinde getirmekte, medya alanındaki yoğunlaşma ve medya sahiplerinden kaynaklanan baskılar demokrasinin çok sesliliğine tehdit oluşturmaktadır” (aktaran Uzun, 2011, s. 37).

Gazetecilik mesleğinde uzun deneyimlerin sonucu olarak ortaya çıkan objektiflik, tarafsızlık, nesnellik, dengelilik gibi ilkeler evrensel kabul gören normlardır ve bu normlar gazetecilik alanının evrensel olan üzerinden bir güç kazanmasına olanak

sağlamaktadır. Bu normların ortaya çıkışı, özellikle gazetecilik alanında yaygın kabul gören “tarafsızlık” ilkesi “Amerika’nın endüstrileşen Kuzey bölgesinin gazetelerinin ‘partizan basın’ yaftasından kurtulmak için geliştirdiği bir söylemden uzaklaşmak” (Cangöz, 2008, s. 158) için ortaya çıkmış olsa da zamanla pek çok ülkedeki gazetecilik pratiklerinde yaygınlık kazanmıştır. McChesney’e göre, yirminci yüzyılın ortalarına kadar bu ilkeler medya sahiplerine, gazetecilere bir takım özerk alanlar tanıma fikri vermiştir. Çünkü bu ilkeler gazeteleri daha güvenilir kılmak ve medya sahiplerinin ticari başarılarını arttırmak için kullanılmıştır (2006, s. 90-91). Bu dönemde, liberal yaklaşımın gazeteciliğe yüklemiş olduğu işlev ve bu işlevin yerine getirilememesi üzerine, yine liberal yaklaşım içerisinde, bu soruna çözümler üretilmiştir. Bu amaçla biraraya gelen Hutchins Komisyonu (1947), profesyoneleşmiş basın nosyonunu onaylayarak, gazeteciliğin rehber ilkelerinin evrensel geçerlilik kazanması için bir çalışma başlatmıştır (Taş, 2012). Hutchins Komisyonu’nun basın özgürlüğünün uygulamadaki sorunlarını çözmek için hazırladığı “A Free and Responsible Press” adlı raporuna göre, medyadaki sorunlara çözüm “profesyonellik” olacaktır. Bu komisyonun hazırladığı raporda gazetecilik mesleğinin amacı “toplumsal sorumluluk kuramına” dayandırılmış ve gazetecilik bu anlayışıyla hareket eden profesyonel bir meslek olarak tanımlanmıştır. Bu rapora göre, basının dışarıdan herhangi bir müdahale olmaksızın işlevini yerine getirebilmesi için, kendi kendisini denetleyebileceği mekanizmalara ihtiyacı vardır.

Medyanın görev ve sorumluluklarının ne olduğuna dair inançlar basının toplumsal sorumluluk kuramından yola çıkılarak geliştirilmiştir. Toplumsal sorumluluk kuramı, İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Amerika Birleşik Devletleri’nde, oldukça özgürlükçü bir basın ikliminin hüküm sürdüğü dönemde gelişmiştir. Bu yaklaşıma göre “serbest piyasa ekonomisi ve özgür basının olduğu bir yerde hakikat, ‘serbest fikir ve enformasyon piyasasında’ kendiliğinden oluşacaktı.” Fakat pratikte bu şekilde olmamıştır; çünkü basın özgürlüğü gün geçtikçe iş insanlarının özgürlüğüne dönüşmeye başlamıştır (Evers, 2010, s. 50).

Toplumsal sorumluluk kuramı, liberal yaklaşımın çelişkilerini gidermek için ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşıma göre, basının amacı iktidar denetiminden bağımsız bir biçimde

toplumu aydınlatmaktır. Toplumsal sorumluluk yaklaşımına göre, medya kurumları gazetecilik misyonuna uygun bir biçimde profesyonel olarak çalışmalıdırlar. Fakat Uzun'a göre (2011, s. 30), tarihsel süreç içerisinde dördüncü güç olma niteliğini kazanan medya, "amacını yurttaşları güçlendirerek demokrasiyi geliştirmek olarak tanımlarken; zaman içinde sermayeyle bütünleşmiş ve onun çıkarlarının sözcüsü durumuna gelmiştir." Bu nedenle gazeteciliği kamu hizmeti olarak niteleyen toplumsal sorumluluk kuramı, temeldeki yapının değişmemesi üzerine gazeteciliğin demokrasiyle ilişkisini sorunsal olmaktan da kurtararamamıştır.

Toplumsal sorumluluk yaklaşımı, medyanın özdenetim yoluyla kendi kendisini kontrol etmesini ön görmektedir. Özdenetim mekanizmaları medyanın toplumun güvenini kazanması ve devam ettirebilmesi adına ne yapılması ve ne yapılmaması gerektiğini belirlemektedir (Girgin, 2007, s. 47). Gazetecilik alanının yasal düzenlemelerle devlet tarafından denetlenmesi, kamu tüzel kişiliği olan bir mekanizma tarafından, yasal düzenlemelerle çeşitli yaptırımlarda bulunulması "ifade özgürlüğü" sorununa yol açabilmektedir. Demokratik yönetimlerde, gazeteciliğin yasal düzenlemelere dayandırılarak denetlenmesi değil kendi kendini denetleyebileceği çeşitli mekanizmaların meslek içerisinde oluşturulması öngörülmektedir. Vedat Demir'e göre (1998) kanuna dayanan bir kuruluş hükümetin bir organı sayılır. Gazetecilik mesleğini, diğer mesleklerden sosyal yönden ayıran çok fazla farklılık vardır. Bu nedenle kamu tüzel kişiliklerini devletin ve yargının denetiminde tutan ülkelerde gazetecilik kuruluşlarının sağlıklı çalışması oldukça zordur.

Gazeteciliğin profesyonelleşme sürecinde, haberciliğin uzmanlık gerektiren bir meslek olarak tanımlanmaya başlaması, habercilik etiğinin objektiflik, tarafsızlık, kamu yararı gibi temel kurucu nitelikleri kazanmasıyla birlikte özdenetim mekanizmalarına yönelik tartışmalar hız kazanmıştır. Özdenetim fikrinin, temel olarak gazetecilik mesleğinin profesyonelleşme süreciyle ilgili olduğunu belirtmek gerekmektedir. Meslek etiğine odaklanılmasıyla beraber medya profesyonelleri, dışardan müdahale olmaksızın kendi düzenleme ve kontrol sistemlerini gönüllü olarak bir takım kurallar aracılığıyla oluşturmaya çalışmışlardır. Basın meslek örgütleri, yayın organlarının kendilerinin hazırladıkları meslek ilkeleri, okuyucu temsilciliği gibi uygulamalar, meslek etik

kodlarının oluşturulması ve izlenmesiyle doğan bir sürecin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Özdenetim fikri gazetecilik alanının demokratik yapılanmasını ön görmektedir. Gazetecilik alanında özdenetimin oluşumuna zemin hazırlayan faktörlerin neler olduğundan bahsettikten sonra, Türkiye’de gazetecilik alanında özdenetim mekanizmalarından ve bu mekanizmaların gazetecilik alanındaki önemine değinmek faydalı olacaktır.

1.2.3. Türkiye’de Gazetecilik Meslek İlkeleri ve Bu İlkelerin Denetimi

Her meslekte olduğu gibi gazetecilik mesleğinde kendine özgü “meslek etik ilkeleri” bulunmaktadır. Bu ilkeler genellikle meslek örgütleri ya da basın kuruluşları tarafından hazırlanmaktadır. Gazetecilik alanında meslek ilkeleri ve bu etik ilkelerin denetimi “toplumsal sorumluluk” yaklaşımıyla gündeme gelmiştir. Toplumsal sorumluluk yaklaşımı, basına dışarıdan herhangi bir müdahalede bulunulmaksızın görevini yerine getirebilmesi için, gazetecinin haberi oluştururken özdenetime başvurması gerektiğini tavsiye etmiştir. Özetle, basında özdenetim, öncelikle sahip olduğu “basın özgürlüğü” gücünü kötüye kullanmaması ve dışarıdan (özellikle devletten) hiçbir müdahale olmaksızın kendi kendini kontrol edebilmesi amacıyla ortaya çıkmıştır. Gazetecilik alanında özdenetim genellikle iki farklı biçimde meydana gelmektedir. İlk olarak, gazetecinin bireysel özdenetimi; ikinci olarak da kurumsallaşmış bir özdenetim yöntemidir. Hangi şekilde olursa olsun, basında özdenetimin gerçekleşebilmesi için zaman içerisinde yazılı referans kaynakları ortaya çıkmıştır.

Gazetecilik alanında etik kurallar ve özdenetim çabaları farklılık gösterse de birçok ülkede mevcuttur. Bu ilkelerin ve özdenetimin amacı mesleğin itibarını, güvenilirliğini korumaktır. Bu amaçla gazeteci dernekleri, sendikaları, çeşitli basın örgütleri, konseyler ortaya çıkmıştır. Türkiye’de gazetecilik alanında özdenetim uygulamalarının tarihi eskidir. Türkiye Cumhuriyeti’nin erken yıllarında gazetecilik alanında özdenetimin sağlanabilmesi için çeşitli girişimler olmuştur. Örneğin bu dönemde basında özdenetimi sağlamaları için Basın Birlikleri ve Basın Odaları kurulmuştur. Türk Basın Birliği 1936-1946 yılları arasında, 7 yıllık faaliyet döneminde gazetecilerin çalışma koşullarını

iyileştirmek ve aynı zamanda gazetecilerin çalışma ilişkilerini kurumsallaştırmak için çalışmıştır (Üstün, 2013).

Cumhuriyet döneminde yalnızca gazetecilerin girişimleriyle kurulmuş ilk basın meslek örgütü, 10 Haziran 1946'da kurulan Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'dir (Arvas, 2014). Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin kurulma amacı "gazetecilik mesleğinin geleneklerini ve ahlak ilkelerini korumak"tır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 1998 yılında "Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi" kabul edilerek yayımlanmıştır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından hazırlanan bu bildirme, özdenetim açısından önemli bir metindir.

1960'lı yıllarda basında özdenetim sağlama girişimleri devam etmiştir. Bu dönemde toplantılar düzenlenmiş, basının kendi kendini nasıl kontrol edeceği üzerine tartışmalar sürdürülmüştür. 1960 yılında önemli bir gelişme yaşanmış, Türkiye'de İsveç'teki Basın Konseyi örnek alınarak 10 maddelik "Basın Ahlak Yasası" hazırlanmış ve 24 Temmuz 1960 yılında bu yasa yürütmekle görevli Basın Şeref Divanı kurulmuştur. Basın Şeref Divanı'nın görevi "Basın Ahlak Yasasında" yer alan ilkelerin uygulanıp uygulanmadığını kontrol etmek, yani basında özdenetim sağlamak olarak açıklanmıştır. Atilla Girgin'e göre (2007) "Türkiye'de 1960 yılına kadar, basının özdenetimi için herhangi bir kurumsal girişimde bulunulmamıştır. 27 Mayıs 1960 tarihinden önceki deneyimler ve sonraki gelişmeler, basının özdenetim gereksinimini gündeme getirmiş"tir.

Gazetecilik alanında özdenetim konusunda atılan adımlardan biri de, 14 Şubat 1972'de Gazeteciler Cemiyeti'nin kabul ettiği "Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları"⁴dır. Basın Ahlak Yasası gazeteciler ve medya kuruluşları tarafından kabul edilmiştir. 1978 yılında 2. Türk Basın Kurultayı yapılmış, bu kurultay raporlarında basının kendi kendini kontrol etmesinin zorunluluğu üzerinde durulmuştur (Arvas, 2014).

⁴ Bu belge 9 maddeden oluşmaktadır. Bu belgeye göre gazeteci ve gazete yazarlarının amacı halka kesin ve doğru bilgi vermektir. Kabul edilen maddelere göre gazetecilik kamu yararına yapılan bir meslektir ve yalan haber ağır mesleki bir suçtur. Bu nedenle gazeteci herkesin namus ve itibarına hürmet etmelidir.

1986 yılında, içinde Oktay Ekşi, Hasan Cemal, Güneri Cıvaoğlu, Yalçın Doğan, Teoman Erel, Orhan Erinç, Yurdakul Fincancı, Güngör Mengi ve Rauf Tamer'in bulunduğu bir çalışma grubu kurulmuş, “daha özgür, daha saygın bir basına kavuşmak isteyen gazetecilerin, kendi özgür iradeleriyle bir araya gelmelerini sağlayan bir ortak zemine dayanarak, Türk basının kendi kendini denetlemesi konusunda, batı demokrasisi içindeki ülkelerde başarılı örnekleri bulunan bir istemi getirebilmek ve yaşatabilmek amacıyla öneriler toplanmaya başlanmıştır”(Girgin, 2007). Bu girişimin sonunda, 6 Şubat 1988’de Basın Konseyi kurulmuştur.

1994 Ekim’inde kurulan Uğur Mumcu Vakfı da özdenetim girişimleri açısından önemlidir. Çünkü Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı, düzenledikleri seminerlerle, verdikleri eğitimlerle, gazetecilik alanında yaşanan sorunların tartışıldığı toplantılar düzenleyerek özdenetime destek vermektedir. 20 Ocak 1998 yılında kurulan “Gazeteciler Meclisi” örgütünde özdenetim girişimlerine örnek verilebilecek bir yapılanmadır. Bu örgüt, gazetecilik alanında son on yıldır yaşanan değişimin gazetecilik mesleğini olumsuz etkilediği gerekçesiyle bir bildirge yayımlamıştır. 1998 yılında yaşanan önemli gelişmelerden biri de “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi” nin kamuoyuyla paylaşılması olmuştur. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, “Meslek İlkelerini İzleme Komitesi’nin” hazırladığı Bildirge 18 Kasım 1998’de kabul edilmiştir. Bu Bildirge’de gazetecilik meslek ilkeleri bugün hala gazetecilik açısında önemli bir başvuru kaynağı olma özelliğine sahiptir.

Basında özdenetim mekanizmaları gazetecilik alanının önemli bir parçasıdır. 2000’li yıllarda basında özdenetim girişimlerinden biri olan “okur temsilciliği” uygulaması, çalışmanın ikinci bölümünde daha ayrıntılı bir biçimde değerlendirilecektir. Bu başlıkta ayrıntılara girmeden, Türkiye’de basında özdenetim girişimlerinin yeni olmadığı vurgulanmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak sosyal sorumluluk yaklaşımının önerdiği özdenetim, Türkiye’de gazetecilik alanında tarihsel süreç içerisinde farklı oluşumlarla varolmuştur. Bu nedenle aslında özdenetim girişimleri, gazetecilik alanının özelliklerinin de bir parçası olmuştur. Asıl amacı gazetecilik mesleğinin saygın ve güvenilir bir meslek olmasını sağlamak olan özdenetim girişimleri, basın özgürlüğünün ve demokrasinin olmadığı bir ortamda uzun süre de varlık gösterememiştir.

1.4. TÜRKİYE’DE GAZETECİLİK ALANI VE ALANIN YAPISAL SINIRLILIKLARI

Alanlar ortaya çıktıkları dönemin siyasal, ekonomik, kültürel özelliklerine bağlı olarak biçimlenirler. Bu nedenle, Türkiye’de gazetecilik alanının yapısı ancak kendi tarihselliği içerisinde anlaşılabilir. Mustafa Sönmez’e göre (2010) Türkiye’de medya tarihi üç aşamadan geçerek bugünkü yapısal özelliğine kavuşmuştur: Gazete dönemi, medya endüstrisi dönemi ve medya endüstrili kompleksler dönemi. Gazete dönemi, yazılı basında patronun başyazar ya da başeditör olduğu, gazete gelirlerinin satışlardan elde edildiği, buna bağlı olarak reklam gelirlerinin ve devlet kontrolünün henüz hissedilmediği bir dönemdir. Bu dönemde gazete sahipleri ve çalışanları, kâr amacından ziyade ideolojik bir amacı olan bağımsızlıklarına önem veren sendikacı, örgütlü kişilerdir. Medya endüstrisi dönemi, teknolojik gelişmelerin yaşandığı durumla doğru orantılı olarak gazetelerin baskı ve tirajlarının arttığı bir dönemdir. Medya alanının bir endüstriye dönüşmeye başlamasıyla birlikte alana giriş için büyük yatırımlara ihtiyaç duyulmuş ayrıca bu dönemde gazetelerin gelirlerindeki reklam payı da artmıştır. Sönmez’in bu dönemde dikkat çektiği önemli bir değişim de işletme mantığıyla yönetilmeye başlayan gazetelerde yaşanan uzmanlaşmayla birlikte yönetici editörler ve yazarlardan oluşan bir “medya aristokrasisinin” ortaya çıkışıdır. İş bölümleri ve kademeler arttıkça ortaya çıkan medya aristokrasisi, alandaki hiyerarşinin üst sıralarında konumlanırken muhabirler ve teknik çalışanlar “aşağıdakiler”i oluşturmuştur. Bu dönemin en belirgin özelliklerinden biri de medyaya sahip olmanın sağlayacağı avantajın yalnızca ekonomik olmadığını bilen büyük oyuncuların bu gücü elde etmek için alanda giriştikleri mücadeledir. Üçüncü dönem olan medya endüstrili kompleksler dönemi, medya dışı sermayenin yoğun bir biçimde alana giriş yaptığı dönemdir. Medya alanına giriş yapan sermayedarların sanayi, ticaret, finans, inşaat gibi farklı alanlarda yatırımları bulunmaktadır. Bu dönemde büyük medya grupları reklam pastasından daha fazla pay alabilmek için kıyasıya rekabet içine girmiştir. Ayrıca bu dönemde eğlence endüstrisi ile medyanın iç içe geçmesi haber içeriklerinde magazinselleşme eğilimini de arttırmıştır.

Gazetecilik alanında yaşanan bu dönüşümler, bugünkü gazetecilik alanının yapısal özelliklerini belirlerken aynı zamanda alanı siyasi ve ekonomik alana bağımlı hale getirmiştir. Bourdieu, (2015) gazetecilik alanının diğer alanlara olan bağımlılığını heteronomi ile açıklar. Heteronomi ile özerklik ters orantılıdır, bu yaklaşıma göre bir alanın başka alanlara bağımlılığı arttıkça özerkliği de azalmaktadır. Kültürel üretim alanı olarak gazetecilik alanının heteronomi sorunu, alan teorisinde incelenmesi gereken önemli bir sorundur. Gazetecilik alanı, siyasi ve ekonomik alanın müdahalelerine açık oldukça alanın özerkliği de azalmaktadır. Bugün gazetecilik alanının özerkliğinin önündeki en önemli engel iktidar, sermaye ve reklam sorunudur.

Gazetecilik alanının siyasi ve ekonomik alanın müdahalelerine açık bir alan olarak işlenmesi, bu alanı incelerken “medyanın mülkiyeti ve kontrolü” gibi sorunları merkeze koyan iletişimin ekonomi politik yaklaşımından yararlanmayı zorunlu kılmaktadır. Ekonomi politik yaklaşım, iletişimi ekonomik ilişkiler ve yapılar bağlamında ele alırken medyayı endüstriyel düzeyde değerlendirir, medyanın mülkiyeti ve kontrolü gibi sorunları gündeme getirir (Aydoğan, 2011, s. 18). Ekonomi politik yaklaşıma göre, günümüz kapitalist toplumlarda medya kuruluşlarında yaşanan tekelleşme, medyanın içeriğini de doğrudan etkilemektedir. Ekonomi politik yaklaşım sermaye hareketlerini, devletin medya üzerindeki kontrolü ve işlevinin medyaya etkisini de incelemektedir (Yaylagül, 2016, s. 150).

Türkiye’de gazetecilik alanındaki gelişmeler dönemin siyasi, ekonomik, kültürel özelliklerine bağlı olarak farklılık gösterdiği için, ayrıca gazetecilik alanına giriş çıkışların ve müdahalelerin alanı nasıl yapılandığını anlamak için bu bölümde gazetecilik alanının kısa tarihsel bilgisi sunulmuştur. Gazeteciliğin yaşadığı tarihsel dönüşüm içerisinde alanın yapısını oluşturan ve alan için özerklik sorunu haline gelen mülkiyet, iktidar ve reklam sorunları üzerinde durulmuştur.

1.4.1. Türkiye’de Gazetecilik Alanının Kısa Tarihi: Sermayenin Eğemenliği ve Alana Giriş Stratejilerinin Dönüşümü

Gülseren Adaklı’ya göre (2010) gazetecilikte etik sınırların neler olduğunu düşünürken günümüz çağdaş gazeteciliğın aslında “kapitalist üretim tarzının kuruluş öyküsünün bir parçası” olduğunu unutmamak gerekir. Türkiye’de gazetecilik alanında etik tartışmaları, arayışları tartışırken alanı bugünkü yapısına kavuşturan tarihsellikle bağlantılı biçimde ele alınmalıdır. Bu nedenle bu bölümde 1980’lerden günümüze kadar olan sürecin alanı yapılandıran kısa tarihsel bilgisi sunulmuştur.

Bugünkü gazetecilik alanının yapısal dönüşümü 1980’li yıllarda başlamıştır. 80’li yıllarla birlikte Türkiye ekonomisinin neo-liberal bir yapıya yönelmesi her alanda olduğu gibi kültürel üretim alanı olarak kabul edilen gazetecilik alanında da yapısal dönüşümlere yol açmış, gazeteler kapitalist üretim tarzında işletmelere dönüşmeye başlamıştır. Bu yıllarda “24 Ocak Kararları”⁵yla birlikte uygulanmaya konan ekonomik model mal ve hizmetlerin zamlanmasının önünü açmış ve kağıda yaklaşık %70 zam gelmiştir. Gazetelerin, kağıdı serbest piyasa fiyatı üzerinden alma zorunluluğu basın ve yayıncılık dünyasını ani bir para sıkıntısı içine sokmuş, bu süreçte devlet desteği ve aynı zamanda reklam desteği alabilen yayınlar ayakta kalmayı başarabilmiş, alamayanlar ise kapanmak zorunda kalmıştır. Bu süreç, basın işletmelerini holding çatısı altında faaliyet gösteren sermaye gruplarının parçası haline gelmeye zorlamıştır. Sınırlanmamış rekabetin, üreticilerin pazara girme özgürlüğünü garanti alacağına dayanan liberal yaklaşım zaman içinde tekelci eğilimlere neden olmuştur. Pazara giriş için gerekli yatırım düzeyi çok yüksek ve riskli olduğu için Türkiye’de gazetecilik alanında tekelleşme/yoğunlaşma eğilimleri artmıştır. John Keane’e göre (2010, s. 80) tekelleşme sürecinde var olan tekeller ya da karteller buldukları pazarın kaymağını yiyip bitirmiştir.

Tekelleşme; rekabetin ortadan kalktığı, belirli bir malın piyasasında sınırlı sayıda üreticinin olduğu düzeni açıklamak için kullanılır. Medyada yaşanan tekelleşmeyi ise

⁵ “24 Ocak Kararları 43. Türkiye Hükümeti tarafından 24 Ocak 1980 tarihinde ekonomik literatüre geçen ve yapısal dönüşümleri içeren bir programdır. Ekonomik olarak yaşanan istikrarsızlığı gidermek amacıyla piyasa ekonomisinin kurumsallaşması yönünde adımlar atılmıştır” (Wikipedia).

“basit olarak medya sahipliğinin bir veya birkaç şirket elinde toplanması biçiminde tanımlayabiliriz” (Avşar, 2004, s. 89). Tekelleşme, gazetecilik alanının özerklik derecesini de doğrudan etkilemektedir. Bourdieu’ya göre (1997) gazetecinin özerklik derecesi, basında yaşanan yoğunlaşma ile ters orantılıdır.

“Herhangi bir gazetecinin özerklik derecesine gelince, bu önce basındaki yoğunlaşma derecesine bağlıdır (basın, potansiyel işverenlerin sayısını azaltmak suretiyle iş güvensizliğini artırır); sonrada gazetecinin çalıştığı gazetenin gazeteler uzamı içerisindeki konumuna, yani az çok “entelektüel” ya da “tecimsel” kutuplardan birine yakın oluşuna bağlıdır; daha sonra gazete ya da basın organı içinde, sahip olduğu (özellikle ünlenmeye bağlı olan) ve aynı zamanda da ücretini (halkla ilişkilerin yumuşak biçimlerinde asgari zafiyet ve sermayedarların baskı gücünün uygulanma alanı bulduğu işe ya da ücret sağlayan işler karşısında da asgari bağımlılık etmeni) belirleyen konumuna (kadrolu, parça başı çalışan, vb.) bağlıdır” (Bourdieu, 1997, s. 79).

Şerife Çam’a göre (2006, s. 151) medya sahipliğinin büyük sermaye gruplarının kontrolüne geçmesi medyanın örgütlenme yapısını da dönüştürmüştür. Gazetelerin bir işletmeye dönüşmesi gazetecilik mesleğine teknik bakış açısıyla yoğunlaşmış bir mesleki ideolojinin hâkim olmasına neden olmuştur. Medya alanında birkaç büyük sermaye grubunun etkinlik göstermesi hem okuyucunun haber alma hakkını engellemekte hem de gazetecilerin özgürlüğünü, çalışma koşullarını, mesleki pratiklerini, örgütlenme haklarını savunmalarını etkilemektedir. “Medya sektöründeki yoğunlaşma ve mülkiyet ilişkileri, medyanın kamu yararını gözetmeksizin ve hükümeti denetlemesinin önünde bir engel oluşturmakta, medya eşitsizlikleri yeniden üreten yapıların parçası olmaktadır” (Şen & Avşar, 2012, s. 57). Medya sektöründeki mülkiyet yapısı, sınıfsal eşitsizliği derinleştirmekte ve bunu da farklı tahakküm biçimlerini meşrulaştıran içerikler üreterek sürdürmektedir (Adaklı, 2010, s. 69).

Türkiye’de 80’lere kadar küçük işletmeler biçiminde örgütlenen gazetecilik alanına girişte, kültürel sermaye öncelikli sermaye türüdür, fakat 80’lerden sonra yaşanan gelişmeler alana girişte ekonomik sermayenin öncelikli sermaye türü olmasını zorunlu hale getirmiştir. Bunun en temel nedenlerinden biri gelişen teknolojilerle birlikte gazeteciliğin maliyetli bir işe dönüşmesi olmuştur. Türkiye’de 1980’lerin başında alana giriş yapan enerji, perakende, sanayi, ticaret, finans, turizm gibi farklı alanlarda yatırımları olan iş insanı Aydın Doğan bu süreci açıklamak adına önemli bir örnektir. 1

Şubat 1979'da Milliyet Gazetesi'nin Genel Yayın Yönetmeni Abdi İpekçi'nin suikast sonucu öldürülmesi İpekçi'nin en yakın arkadaşı olan Milliyet Gazetesi sahibi Ercüment Karacan'ı çok etkilenmiş, Karacan öldürülme ve kaçırılma korkusuyla Milliyet Gazetesini Aydın Doğan'a satmıştır (Köker, 2018). Böylece Aydın Doğan medya alanına ilk yatırımını yapmış, çok geçmeden TV, dergi-kitap yayıncılığı, basım, dağıtım, haber ajansı, radyo, müzik gibi alanlara yatırımlarda bulunmuş, küresel medya şirketleriyle de ortaklıklar kurarak medya alanının sayılı oyuncularından biri olmuştur.

Bourdieu'ya göre (1997, s. 47) ekonomik alanda güçlü bir işletme, ekonomik alanı tamamen değiştirebilecek güce de sahiptir. Bu erk aynı zamanda alana giriş çıkışları kontrol etme gücü de sağlamaktadır. Aydın Doğan'ın gazetecilik alanına giriş yaptığı dönemde, gazetecilik alanına giriş için büyük bir sermayeye sahip olmak gerekiyordu. Bu nedenle ekonomik alanda güçlü olan bir sermaye grubunun kârlı gördüğü başka bir alana yatırım yapması mantıklı bir girişim olarak görülmüştür. Aydın Doğan'ın gazetecilik alanına giriş öyküsü önemlidir, çünkü gazetecilik alanında ekonomik sermayenin yükselişinin anlaşılmasında kilit öneme sahiptir. Doğan'ın gazetecilik alanına girişini yalnızca ekonomik birikime dayalı sömürü kurmak olarak açıklamak yetersizdir. Büyük yatırımcılar gazetecilik alanında doğrudan olmasa bile dolaylı olarak ekonomik sermayelerini arttırma stratejileri geliştirmişlerdir. Bourdieu'ya göre bireylerin alanlara girişlerinin ve alandaki mücadelelerinin nedeni, toplumsal uzamdaki konumlarını korumak olabileceği gibi sermaye biriktirme, sermaye türlerini birbirine dönüştürme stratejileri geliştirmekle ilgili de olabilir (Swartz, 2011, s. 110). Araştırmanın ilerleyen kısımlarında Türkiye'de gazetecilik alanına giriş yapan iş insanlarının sahip oldukları gazeteler aracılığıyla sermaye biçimlerini nasıl dönüştürdüklerinden, bunun için ne tür stratejiler geliştirdiklerinden ayrıntılı bir biçimde bahsedilecektir.

80'lerde gazetecilik alanına büyük yatırımlarda bulunan tek patron elbette Aydın Doğan değildir. Fakat Aydın Doğan gazetecilik alanına 80'lerde giriş yaptığı ve 2000'li yıllara kadar alanın güçlü oyuncularından biri olduğu için gazetecilik alanı içerisindeki konumunu, mücadele ve mübadelelerini doğru okumak, Türkiye'de gazetecilik alanının yapısal özelliklerinin nasıl şekillendiğine dair önemli bilgiler vermektedir.

Bu yıllarda gazetecilik alanının karakteristiğini dönüştüren değişimlerden biri de gazetelerle iktidar arasındaki yakınlaşmadır. Bu yakınlaşmanın temel nedenlerinden biri de alana giriş için gerekli olan ekonomik sermayenin büyüklüğüdür. Gazeteciliğin maliyetli bir iş olmaya başlamasıyla birlikte alana giriş yapmak isteyen oyuncular devletten teşvik ve krediler almak zorunda kalmıştır. Alanın talep ettiği ekonomik sermaye, gazetecilik alanında egemen olmanın yeni stratejisini bu şekilde belirlemiştir: İktidarla yakın ilişki kurmak ve gerekli teşvikleri, kredileri alarak alana giriş yapmak. Bu zorunluğun farkında olan iktidar kendisine yakın güvenebileceği medya yaratmak için gazetecilik alanına giriş çıkışları kendi lehine kontrol etmeye başlamıştır. Örneğin, Asil Nadir bu yıllarda Turgut Özal'ın siyasi ricasıyla İngiltere'den Türkiye'ye gelerek alana giriş yapmış ve kısa zaman içerisinde tirajı en yüksek gazeteler arasında yer alan Günaydın ve Güneş gazetelerini satın almış, sektöre girdikten bir süre sonra Türkiye'deki gazetelerin tamamının tirajının %30'unu getiren gazetelerin sahibi olmuştur. Nadir, siyasi iktidarın desteğiyle Türk medyasının en hızlı yükselen medya yatırımcısı olarak basın tarihindeki yerini almıştır (Kuyucu, 2013, s. 19).

Ceren Sözeri (2013) 1980'lerden başlayarak günümüze kadar uzanan süreçte başka alanlarda yatırımları bulunan sermaye sahiplerinin, sayılı medya patronu olmalarının nedeninin "iktidar kaynaklı ricalar" olduğuna dikkat çeker. "TBMM Darbe ve Muhtıraları Araştırma Komisyonu'nun yaptığı görüşmelerde bazı medya patronları bu sektöre siyasilerin ricası/baskısı nedeniyle girdiklerini ve zararlarını azaltmak için çoğunlukla televizyon satın almak yoluyla büyümek durumunda kaldıklarını ifade etmişlerdir" Bu süreçte iktidarla kurulacak yakın ilişkiler, bu ilişkiler sayesinde alınacak ihaleler, yatırımcıların stratejisine dönüşmüştür.

Bourdieu'nün alan teorisinde karşılaştığımız kavramlardan biri de alana giriş hakkıdır. Her alanda alana giriş hakkı üzerinde egemenlik kurmuş failer bulunmaktadır. Türkiye'de gazetecilik alanına giriş için gerekli olan sermaye hacminin artması, alana giriş hakkını elinde bulunduran faileri, yani alandaki egemenleri de dönüştürmüştür. Medya patronları ve yakın ilişki içinde oldukları iktidar, gazetecilik alanındaki gücün ve iktidarın tekeline sahip olmuşlardır. 80'lerde liberal politikaları benimseyen Türkiye'de siyasal iktidarın verdiği teşvikler, krediler vb. yollarla kendisine yakın sermaye grupları

güçlenmiş, bu kaynaklar kötüye kullanılmıştır (Erdoğan, 2007, s. 42). Bu kaynaklar sayesinde siyasal iktidar ve büyük sermaye grupları gazetecilik alanına giriş hakkını elinde tutma gücüne kavuşmuştur.

Kapitalist bir pazar içerisinde medya dışı sermayenin sektöre dâhil olmasının önünü açan dönüşümler, gazetecilik alanında yeni etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Hüseyin Köse'ye göre (2004, s. 25) sermaye gruplarının sahip olduğu medya kuruluşlarının ekonomik olarak zengin olmaları alandaki dirençlerini arttırsa da uzun vadede “haber üretimi sürecinde gerek muhabirlerin, gerekse medya mülkiyeti sahiplerinin içinde yer aldıkları ekonomik ve siyasal sistemle aralarındaki gerekli mesafeyi doğru ayarlayamamaları yüzünden” gazetecilik mesleğinde idealleştirilen normların uygulanması konusunda sorunlar ortaya çıkmıştır.

80’li yıllarda gazetecilik alanında önemli dönüşüm yaratan olaylardan biri de 12 Eylül askeri darbesi olmuştur. Önce serbest piyasa ekonomisine geçmek için yayınlanan 24 Ocak Kararları, ardından demokrasiye kesintiye uğratan 12 Eylül Askeri Darbesi özgür ve tarafsız basın olgusunu zedelemiştir. 12 Eylül askeri darbesiyle birlikte kurulan Milli Güvenlik Konseyi tarafından yayın yasakları uygulanmış, çok sayıda gazete siyasi yazılar nedeniyle kapatılmış ve gazeteciler tutuklanmıştır. 80 darbesiyle iktidara gelen Turgut Özal’ın bizzat kendisi medyanın daralmasını istemiş ve “yakında 2.5 gazete kalacak” diyerek medyaya yaklaşımı konusundaki düşüncelerini açıkça ifade etmiştir. Kısacası, bu dönemde basın politikalarına ordu yön vermiş, fikir gazeteciliği yapılması engellenmiş, gazetecilik alanı telafisi mümkün olmayan darbeler almıştır. 80 darbesinden sonra basın üzerindeki baskı giderek artmış; tutuklanan, öldürülen gazetecilerden sonra siyasi haber yazmak da zorlaşmıştır. 12 Eylül darbesi ve devamındaki siyasi atmosfer haber içeriklerinde magazinselleşme olgusunu hızlandırmıştır.

Sonuç olarak, gazetecilik alanı küçük işletme olma özelliğini 80’li yıllardaki gelişmelerle birlikte kaybederek büyük ölçekli kapitalist işletmelere benzer bir biçimde örgütlenmiştir. Alana girişte kültürel sermayenin önceliği yerini ekonomik sermayeye bırakmış, bu durum iktidarla yakın ilişkileri de zorunlu hale getirmiştir. Gazetecilik

alanına giriş hakkı büyük sermaye grupları ve iktidar tarafından kontrol altına alınırken, alana giriş stratejileri neredeyse tamamen dönüşmüştür. Bu gelişmeler alanı yeniden yapılandırırken, alanda egemen konuma gelen sermaye sahiplerinin ekonomik sermayelerini arttırma stratejileri, gazetelerin bağımsızlığına zarar vermiştir.

90'lı yılların başında Dinç Bilgin'in Sabah ve ATV'yi İkitelli'ye taşıyarak Bâbüali dönemini bitirmesi ve Bâbüali günlerini başlatmasıyla birlikte "plaza gazeteciliği" olarak adlandırılan gazetecilik dönemi başlamıştır. Sabah ve ATV'yi taşıdığı bina gazeteciliğin halktan koparılışının simgesi haline gelmiştir. Böylece Bâbüali yokuşundan İkitelli'ye uzanan süreçte basının medyalaşma süreci de başlamıştır (Özcan, 2013).

1990'lı yıllarda gazetecilik alanında medya-siyaset-ticaret ilişkisi devam etmiştir. Derya Sazak'a göre (Sazak, 2017, s. 168) 90'lı yılları medyada etik kirlenmenin yaşandığı medya, siyaset ve ticaret üçgeninin gazetecilik mesleğine darbe vurduğu yıllardır. Bu süreçte gazetecilik alanında bağımsız duruş kaybolmuş, medyayla sahip olunan güç kötüye kullanılmıştır. Siyaset medyayı teslim almış, etik duvarlar çökmüş, milyarlarca dolar gazete sahibi bankacılar tarafından hortumlanmış ve Türkiye'de tuhaf bir denge oluşmuştur. Medya sahipleri ellerindeki gazete ve TV kanallarıyla sahip oldukları gücü siyasal iktidarla ve diğer siyasi odaklarla yakın ilişkiye girmek, özelleştirmelerden ve paylaştırılan kamu kaynaklarından pay alabilmek için yarışa girmişlerdir (Erdoğan, 2007, s. 48-49). Bu yıllarda yaşanan en önemli gelişmelerden biri, TRT'nin tekelinde olan televizyon ve radyo yayıncılığının Magic Box şirketinin Star1 adlı televizyonun yayına başlamasıyla birlikte kırılması olmuştur. Bir aile şirketi olan Uzan Grubu, Star 1 kanalını Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'la ortak kurmuştur. Medya alanının kazandığı bu yeni oyuncunun yatırımları medya sektörüyle sınırlı değildir. İmar Bankası, Adabank, Çukurova Elektrik, Kepez Elektrik ve Rumeli Çimento gibi fabrikalara, tekstil, inşaat alanındaki birçok kuruluşa sahiptir. Finans sektöründe de yatırımları bulunan Uzan Grubu, çok geçmeden özelleştirme ihalelerinden aldıkları şirketlerle hızlı bir yükselişe geçmiştir (Erdoğan, 2007, s. 45).

Özel televizyon ve radyo yayıncılığının başlamasıyla birlikte gazeteler gelirlerini TV ve radyolarla paylaşmak zorunda kalmış, gazetecilik alanı yeni bir ekonomik krizle karşı

karşıya bırakılmıştır. Ayrıca televizyon yayıncılığı gazetelerin tirajlarını düşürmüş, bu durum gazetelerin reklamlara olan bağımlılığını arttırmıştır. Gazete sahipleri, gazetelerin düşen tirajlarını arttırabilmek için promosyon savaşları başlatmıştır. 90'lı yıllara damgasını vuran promosyon savaşları, okuyucuyu gazetede tutmak için bir strateji olarak kullanılmıştır. Reklam gelirlerine olan bağımlılık, geleneksel gazeteciliğin dönüşümünde kritik bir öneme sahiptir. Geleneksel gazetecilik modelinde, reklam gelirleri olmadan gazetenin fiyatı yapılan işin maliyetini karşılamak zorundayken gazeteler reklam almaya başladıktan sonra bu durum değişmeye başlamıştır. Reklam alabilen gazeteler, üretim maliyetlerinin altında gazete satmaya başlayınca reklam alamayan gazeteler fiyatlarını arttırmak zorunda kalmıştır. Sonuç olarak, reklam alamayan gazetelerin satış oranları düştüğü için alandan çekilmek zorunda kalmışlardır (Herman & Chomsky, 2012, s. 84). Reklamlara olan bağımlılık, reklamcıların talepleri, medya piyasalarının mantığını radikal bir şekilde değiştirmiştir (McChesney, 2006, s. 243). İktidarla yakın ilişkiler kurmuş şirketler ve devletin kurumları, iktidara yakın gazetelere reklam ve ilan yayınlamayı tercih ederek muhalif gazetelerin alan içerisindeki mücadelelerini zorlaştırmıştır. Reklamlara olan bağımlılığın yarattığı sorunlardan biri de reklam verenlerin gazete içeriklerine yaptıkları müdahaleler olmuştur. Reklam verenler, reklam verdikleri gazetelerden doğrudan ya da dolaylı olarak kendileriyle bağlantı içinde olan şirketlerin ya da kişilerin aleyhinde haber yapılmamasını talep etmektedirler. Liberal yaklaşım, gazetelerin ekonomik bağımsızlığı için reklam gelirlerinin önemli olduğu vurgusunu yapsa da pratikte reklam gelirlerine olan bağımlılık, reklam veren şirketlerin gazete üzerindeki baskısını arttırmış, aynı zamanda reklam verenlere gazete içeriğini belirleme gücü kazandırmıştır. Gazeteler reklam veren şirketlere bağlı kuruluşlar, işletmeler hakkında olumsuz haber yapmaları halinde reklam almama riskiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Ayrıca gazeteler zamanla iyice oturan reklamcılığa dayalı sistemde reklam gelirlerini koruyabilmek için gazetecilik ilkelerinden de taviz vermek zorunda bırakılmıştır. Editörlük ve reklamcılık departmanları arasındaki sınırların giderek kaybolması, gazetecilik meslek ilkelerinin uygulanmasını zorlaştırmıştır.

2000'li yıllar, gazetecilik alanında köklü dönüşümlerin yaşandığı, alandaki oyuncuların değiştiği, büyük mücadelelerin yaşandığı, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidara

geldiği yıllardır. Bu dönemde iktidar partisinin müdahaleleriyle medya alanı yeniden düzenlenmiştir. AKP'nin iktidara geldiği süreçten bugüne kadar gazetecilik alanında yaşanan değişim ve dönüşümleri ayrıntılı bir biçimde vermek, bu tezin araştırma konusunun dışına taşıdığı için bu dönemle ilgili gazetecilik alanını yapılandıran gelişmelerin kısa bilgisi sunulacaktır. Okur temsilciliği 2000'li yılların başında gazetelerde yaşanan etik sorunlara cevap verecek bir arayışın sonucu olduğu için bu dönemde gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler ayrıca öneme sahiptir.

Türkiye, 2000'li yıllara ekonomik kriz ile başlamış ve bu kriz medya alanını da derinden etkilemiştir. 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz Doğan Grubu dışındaki bütün grupları etkilemiştir. Erdoğan'a göre, medya, siyaset ve holding olarak adlandırılan "saadet zinciri" nin halkası bu dönemde kopmuştur. Medya alanında büyük yatırımları bulunan "Bilgin Grubu, Çukurova Grubu, Uzan Grubu ve İhlas Grubu, bankalarını yitirmeleri sonucu finansman darboğazına girerek, yok olma tehlikesiyle yüz yüze geldiler" (Erdoğan, 2007, s. 48). Gazeteci Orhan Erinç'e göre bu ekonomik kriz gerekçe gösterilerek basın tarihinde görülmemiş sayıda basın çalışanının işine son verilmiştir. Bu dönemde büyük sermaye gruplarının medya alanına olan yatırımları devam etmiş, gazete sahipleri olan iş insanları, gazeteleri çıkarlarına uygun bir biçimde kullanmış, gazetelere destek veren parti liderleri ve hükümet için propaganda yapmışlardır. Medya patronlarının gazetecilik alanı içerisinde büyük bir güce sahip olması ve istediklerinde bu gücü kullanabilmeleri, okuyucuların güvenini zedelemiş, medya bu haliyle kendi başına bir güç olmaktan çıkmış, güçlerin medyası konumuna düşmüştür (Erinç, 2005, s. 31)⁶.

2002 yılından itibaren AKP'nin iktidara gelmesiyle birlikte medya kuruluşlarının sahiplik yapısı iktidarın da müdahaleleriyle değişmeye başlamıştır. Bu dönemde iktidarın desteğiyle alana giriş yapan yeni oyuncular, uzun süredir alanda olan oyuncular ve iktidar arasında sert mücadeleler yaşanmıştır. 2000'li yıllarda medya alanında Doğan, Doğuş, Çukurova ve Uzan, Ciner Grubu gibi büyük gruplar yer almaktaydı. AKP iktidara geldikten kısa bir süre sonra kendi medyasını oluşturmak için medya alanına yaptığı müdahalelerle medya alanındaki oyuncuları değiştirmiştir. Bu

⁶ Bu yazı 1 Şubat 1999'da "Medya Silahı Artık Kiralanabiliyor" başlığıyla yayınlanmıştır.

haliyle medya çok geçmeden iktidarın tahakkümüne boyun eğmek zorunda bırakılmış ve iktidarı destekleyen bir pozisyon almıştır. 90'lı yıllarda hükümetleri devirebilecek güce sahip olduğunu iddia eden medya, 2000'li yıllarda uzun bir süre AKP hükümetine dirense de başarılı olamamıştır.

Mesut Ayan'a göre (2019) AKP 2000'li yılların başında medya üzerinde bir baskı uygulamamış, aksine gazeteleri ve gazetecileri demokrasi söylemi çerçevesi içinde yanına çekmeye çalışmış, gazetelerde yazan aydınları yanlarına çekerek bu politikasında başarılı olmuştur. AKP iktidarının demokrasi söyleminin gazetecilik alanında hâkim olduğu süreçte, basında öz-denetim sağlamak isteyen gazetecilerin özerk bir alan yaratma mücadelelerinde başarılı olmalarını kolaylaştırdığını söylemek mümkündür. Fakat 2006 yılından sonra AKP'nin gazetecilik alanına, özellikle medya sahiplik yapısını dönüştürerek yaptığı müdahaleler, Ergenekon, ardından KCK davalarıyla gazetecilik faaliyetlerinin yargılanmaya başlaması, OHAL süreciyle birlikte bu baskının artan bir biçimde devam etmesi alanda yaşanan krizi derinleştirmiştir. Gazetecilere "örgüt propagandası yapmak" iddiasıyla davalar açılmış, soruşturmalar, tutuklamalar, gözaltılar, devam eden davalar, tazminat cezaları gazetecilerin mesleklerini yapmalarının önünde tehdide dönüştürülmüştür. 2013-2019 yılları arasında AKP'nin kurmaya çalıştığı tarihsel blok, krize girdiği için her alandaki politikaları sertleşmiş ve yıkıcı politikaları medya alanını da doğrudan etkilemiştir.

AKP'nin iktidara gelmesiyle birlikte kendi medyasını oluşturma çabası için attığı ilk adımlardan biri, 2008 yılında Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından hisselerine el konulan ATV, Sabah Gazetesi'nin Çalık Grubu'na ait olan Turkuvaz Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş. 'ye satışlarıdır. Konuyla ilgili dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) "istenilen sonuçları almak için ihale öncesi ve sonrası olaya müdahil olduğu, yetkisini bir grubun avantajı için kötüye kullandığı" gerekçesiyle gensoru önergesi vermiştir. Bu önergeye göre:

"Başbakan Erdoğan'ın damadı Berat Albayrak'ın Çalık Grubunda Genel Müdür olarak çalışması, Berat Albayrak'ın ağabeyi Serhat Albayrak'ın, atv-Sabah ihalesini kazanan Turkuvaz Radyo Televizyon Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş 'nin genel

müdürü ve ortağı olması, Zaman Gazetesi imtiyaz sahibi Ali Akbulut'un hem Çalık'ın Asya Katılım Bankası'nın en büyük ortağı olması Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın bu ihaleden uzak durmasını gerektirirken tam aksi davranışlarla ihale sürecinde etkin rol almıştır. Başbakanın ihale sürecinde etkili olması kendisini büyük bir sorumluluk ile karşı karşıya bırakmıştır” (cnnturk.com.tr, 2008b).

Çalık Grubu bu ihaleye tek başına girmiş ve hükümetin desteğiyle kamu bankalarından 750 milyon dolar almıştır. Bu satış gazetecilik alanında büyük bir medya tekeline sahip olmak için devlet desteğini almanın, iktidarla yakınlaşmanın önemli bir örneğidir.

2000’li yıllarda medya alanında yaşanan önemli satışlardan biri de Çukurova Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Emin Karamehmet’le Ethem Sancaktar arasında gerçekleşmiştir. Mehmet Emin Karamehmet, 2000’li yılların başında Türkiye’nin en zengin iş insanlarından biriydi. Uzan Grubu’nun yaşadığı çöküşe benzer bir çöküş yaşayan Çukurova Grubu’na ait medyaya önce TMSF tarafından el konulmuş, daha sonra AKP’ye yakınlığıyla bilinen iş insanlarına satılmıştır. TMSF'nin el koyduğu Çukurova Holding’i Ethem Sancak, 62 milyon dolara satın almıştır. Mehmet Emin Karamehmet’e ait olan Çukurova Grubu’nun elinde bulunan Türkmedya gurubunu içinde skyturk360, Akşam, Güneş Gazetesi, Lig Radyo ve Alem FM radyoları, Alem, Platin, Stuff, Autacor ve Four Four Two gibi dergiler yer almaktaydı (borsagundem.com, 2013). AKP ile yakınlığıyla bilinen Ethem Sancaktar, 2017 yılında AKP Merkez Karar Yürütme Kurulu (MKYK) üyeliğine seçilmiş, sahip olduğu Star, Akşam, Güneş Gazetelerini ve 24 ve 360 televizyonlarını Recep Tayyip Erdoğan’ın hapisane arkadaşı olan Hasan Yeşiladağ’ın sahip olduğu Es Medya’ya satmıştır. 2000’li yıllarda medya grupları arasında yaşanan el değiştirmeler elbette bunlarla sınırlı değildir, fakat gazetecilik alanında medya sahipliğinin iktidar kontrolüyle nasıl düzenlendiğini anlamak adına yeterli olacaktır.

2000’li yıllardan günümüze kadar olan süreçte gazetecilik alanında yaşanan değişim ve dönüşümlerin tamamını vermek mümkün değildir. Fakat alanın önemli dönüm noktalarından biri de kuşkusuz 2013 yılının Haziran ayında başlayan Gezi Parkı eylemleridir. Gezi Parkı eylemleri önce doğa eylemleri olarak başlamış; fakat daha sonra büyüyerek hükümet karşıtı eylemlere dönüşmüştür. Eylemlerin ilk günlerinde, Doğuş Yayın Grubu’na ait olan NTV’nin kayıtsız kalarak bu eylemleri

haberleştirmemesi üzerine izleyiciler binanın önüne giderek eylem yapmış, NTV halkın tepkisi ve kararlılığı üzerine binanın önündeki eylemcileri canlı yayınlamak zorunda kalmıştır. Gezi Parkı eylemlerinin NTV tarafından kayıtsız kalınarak haberleştirmemesiyle ilgili gelen tepkiler üzerine Doğuş Yayın Grubu Genel Müdürü Cem Aydın, yapılan eleştirileri haklı bulduğunu şu sözlerle aktarmıştır: “Mesleki sorumluluğumuz açısından bize düşen, olan olduğu gibi vermektir. Dengesizlikler içinde denge arayışı tüm medyayı olduğu gibi bizi de etkiledi. İzleyicilerimiz ihanete uğramış gibi hissetti, bu konuda onları haksız bulmak mümkün değil” (internethaber.com, 2013). Bu sürecin ardından Aydın, görevinden istifa etmiştir.

Gezi Parkı eylemleri sırasında Başbakanlık Basın Danışmanı Yalçın Akdoğan olduğu iddia edilen kişiyle, NTV Genel Yayın Yönetmeni Nermin Yurteri olduğu iddia edilen kişi arasında geçen bir tape diyalogunda Akdoğan, Yurteri’ye hükümetin Gezi sonrası NTV yayınlarından şikâyeti olduğunu söylediğinde Yurteri, insanların yine kapıya dayanmalarından korktuklarını ve biraz dengeli gibi görünmelerinin hükümete de faydalı olacağını anlatmaya çalışmıştır. Bu kayıt, medya-iktidar ilişkileri açısından ders gibi bir itiraf olarak hafızalara kazınan bir tape kaydı olmuştur (Alan, 2015, s. 232).

Gezi Parkı eylemlerinde gazetecilik alanında egemen olan medya sahipleri iktidarla kurdukları yakın ilişkilerden dolayı taraflı habercilik pratiği sergilemişlerdir. Hükümete yakın medya grupları, hükümet karşıtı eylemleri görmezden gelerek, yok saymaya çalışmışlardır. Medya, devletin ideolojik aygıtı olarak işlev görmeye başlamıştır. Bu durum, Türkiye’de gazetecilik alanının siyasal alan müdahalesiyle şekillendiğinin ve özerkliğini kaybettiğinin açık örneğini oluşturmaktadır.

1.4.2. Gazetecilik Alanında Yerdeğiştirme ve Yerleştirme Stratejileri: Doğan Medya ve Demirören Grubu Arasındaki Mücadeleye AKP’nin Müdahalesi

Bu bölümde, Türkiye’de gazetecilik alanına giriş çıkışların kontrolünün siyasal iktidarın müdahalesiyle nasıl gerçekleştiği ve bu müdahalelerde devlet kurumlarının rolü üzerinde durulacaktır. Bu bağlamda, Doğan Grubu ve Demirören Medya Grubu

arasındaki mücadele ve bu mücadelede iktidar partisinin üstlendiği rolden bahsedilecektir.

Bourdieu, alanları yapılanmış bir toplumsal uzam olarak tanımlar. Alanlarda ezenler, ezilenler, düzenli, sürekli, eşitsizlik münasebetleri vardır. Bu evrende herkes başkalarıyla rekabet içindedir ve bu rekabette mücadele eden failer, kazanmak için bir takım stratejiler geliştirmektedir (Bourdieu, 1997, s. 46-47). Türkiye’de gazetecilik alanında yaşanan mücadelelerde kullanılan stratejiler, kendine özgü koşullar ve dinamikler içinde bir işleyiş göstermiştir. Medyanın sermaye ve siyasetle ilişkisi erken dönemlerde başlasa da 2000’li yıllarda da farklı stratejilerle devam etmiştir. Bu yıllarda AKP, iktidara geldikten sonra çeşitli stratejilerle gazetecilik alanına müdahalelerde bulunmuş, alanda sert mücadeleler yaşanmıştır. Bu süreçte, medya ve iktidar arasındaki ilişkiyi açığa çıkaracak çok fazla mücadele yaşanmıştır, fakat alanın eski oyuncularından Doğan Medya Grubu ve alana bu yıllarda giriş yapan Demirören Grubu arasındaki el değiştirme ve AKP’nin bu el değiştirmedeki rolü, siyasal alanın medya alanına girişteki rolünü anlamak adına önemlidir. Siyasal alanda egemen olan failer, kültürel üretim ve dağıtım araçları üzerinde denetim sağlamak amacıyla medya alanında egemen olacak oyuncuyu alana kendileri yerleştirmişlerdir.

AKP iktidarı ile Doğan Yayın Grubu arasında kan uyuşmazlığı olduğunu belirten Doğan Tılıç, Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşmalarında sürekli eleştirdiği Doğan Grubu’yla ilişkilerinin medya-iktidar ilişkilerini anlamak açısından önemli olduğunu vurgular. Tılıç Türkiye’de medyanın sorunlarının AKP ile başlamadığını, AKP öncesi dönemin de güllük-gülistanlık bir dönem olduğunu söylemenin mümkün olmadığını belirtir. Tılıç’a göre Türkiye’de gazeteciliğin dünden bugüne karşı karşıya kalmış olduğu temel sorunlar, medya sahiplik yapısı ve devlet/iktidar sorunudur. Bu iki temel sorun, AKP öncesinde de yer almasına rağmen özellikle AKP döneminde özel bir başlıkla incelenmeyi hak etmektedir (Tılıç, 2019).

Doğan Akın’a göre (2009) Recep Tayyip Erdoğan 27 Mart 1994’de yapılan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçimlerinden bugüne Doğan Grubu’nun yayın politikasından hiçbir zaman hoşlanmamıştır. “Erdoğan için bardağı taşıran ve ipleri

koparan damla, türbanı üniversitelerde serbest bırakan, diğer eğitim kademeleri ve devlet daireleri için de açık kapı bırakan MHP destekli değişikliğinde Hürriyet'in manşetinde kullandığı başlık" olmuştur. Anayasa değişikliğinin meclisten geçtiği günün ertesi sabahında Hürriyet Gazetesi şu manşetle çıkmıştır: "411 el kaosa kalktı". Başbakan Erdoğan ve AKP'nin önde gelen isimleri bu manşete çok kızmışlar ve hükümete yakın olan yayın organları bu başlığı uzun süre eleştirmişlerdir (Özkök, 2008). Hüseyin Çelik, bu durumla ilgili "O zihniyeti ayaklar altına alacağız" açıklamalarında bulunmuştur. Hürriyet Gazetesi'nin Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök bu başlığı attığı için çok fazla eleştirilmiş, bu açıklamalardan sonra "siyasetle ilgili yazı yazmak istemiyorum, korkuyorum, kim korkmuyor ki", açıklamasında bulunmuştur (t24.com.tr, 2011).

2014 yılında Cumhurbaşkanı başdanışmanlığına getirilecek olan gazeteci Yiğit Bulut, verdiği bir röportajda "Doğan Grubu Türkiye'yi sahipsiz sanıyordu. Birilerinin dayak atması gerekiyordu. Yani 'Türkiye'nin en çok satan gazetesinin Genel Yayın Yönetmeniyim. Başbakan'a akıl veririm' diyenler vardı. Veremezsin! Gelir seni evire çevire döver, herkese gösterir bir daha döver, bir daha döver!" açıklamasında bulunmuştur. Yiğit'e göre, "Türkiye'de medya inanılmaz şımarık bir tavır takınmıştır ve AKP, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan bu nedenle taşları yerine oturtmaktadır" açıklamalarında bulunmuş, Doğan Medya ile AKP arasında yaşanacak olan mücadelenin haberini vermiştir (Medyaradar.com, 2009).

Doğan Grubu ve AKP arasındaki gerilimi tırmandıran asıl olay, Deniz Feneri olarak bilinen dava olmuştur. Deniz Feneri Derneği, yardım ve dayanışma kampanyaları yapan ve bunun için bağış toplayan bir dernek olarak bilinse de son zamanların en büyük yolsuzluk iddiasıyla gündeme gelmiş bir kurumdur. 2007 yılında Deniz Feneri ve Kanal 7 televizyonu Almanya temsilciliğine baskınlar yapılmış, Deniz Feneri yöneticileri, yardım adı altında toplanan paraların farklı firmalara ve kişilere amaç dışı aktardığı suçlamalarıyla tutuklanmışlardır. Avrupa'da yaşayan Türklerin derneğe bağışladığı 41 milyon avronun 18 milyonunun firmalara ve kişilere aktarıldığı, ayrıca dönemin Başbakanı Erdoğan'ın bu yöneticilerden para aldığı iddiası da bu dönemde çok fazla tartışılmıştır (radikal.com.tr, 2008). Bu süreci ve iddiaları haberleştiren Doğan Yayın

Grubu'nun yayın organlarını eleştiren Erdoğan, "medyanın güvenilirliğini kaybettiğini" söylemiş ve parti teşkilatlarına "yalan yanlış gazeteleri almayın" mesajını vermiştir (bianet.org, 2008b).

Bu dönemde Başbakan Erdoğan, "Sayın Doğan, Hilton'un önündeki devasa boş alanı, benden İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanına bu noktada talimat vermek suretiyle rezidans yapmak üzere ricada bulundu" açıklamasında bulunmuş, Doğan Grubu'na ait medyada yer alan Deniz Feneri haberlerini, Hilton arazisi konusunda taleplerinin iktidar tarafından karşılanmamasına bağlamıştır. Aydın Doğan, Erdoğan'ın yaptığı bu açıklamaya karşılık: "Ben Başbakan'a Hilton için gitmedim. Ben gidip kendisine '2,5 milyon dolar param var, rafineri kurmak istiyorum, ruhsat lazım. Üç yıl sonra bitireceğim' dedim. Başbakan da 'Orayı sana veremem, oraya Çalık Grubu talip' yanıtını verdi" olmuştur (bianet.org, 2008a).

Aydın Doğan Mehmet Ali Birand'la yaptığı bir röportajda, Erdoğan'ın öfkesinin nedeninin 2002 yılında artan yolsuzluk olduğunu ve bu yolsuzlukları engelleyemediği için Doğan Grubu'nu susturmak istediğini belirtmiştir. Aydın Doğan'a göre, Erdoğan'ın yapmak istediği tek gözlü bir medya yaratmaktır. Ayrıca Erdoğan, o dönemlerde parti kongresinde "Vur vur inlesin, Aydın Doğan dinlesin" sloganlarıyla Doğan Grubu'nu yuhalatmıştır. Aydın Doğan ne CHP ne de AKP yandaşı olduğunu, amacının bağımsız, tarafsız, uluslararası standartlara göre bir medya olduğunu, bugün mücadele etmek zorunda kaldığı rakip medya kuruluşlarının ortakları arasında Erdoğan'ın damadı ve kardeşinin bulunduğunu belirtmiştir (cnnturk.com.tr, 2008a).

Doğan Grubu'nun sahibi Aydın Doğan'la dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan arasında yaşanan mücadele, gazetecilik alanıyla siyasal alan arasındaki ilişkinin boyutunu göstermektedir. Oral Çalışlar'a göre, gazetecilik alanıyla siyasal alan arasındaki ilişki tek yönlü değildir, karşılıklı bir ilişkidir. Hükümet basını, basın hükümeti kollar; haberler bu çıkar ağı içerisinde şekillenir. "Parayı hükümetten alan patronlar, çalışanları kendi amaçları için haber yapmaya yönlendiriyorlar. Bu ilişki gazeteciye yozlaştırıyor ve kimliksizleştiriyor. Böylece, haber, haber olmaktan; gazete, gazete olmaktan; gazeteci, gazeteci olmaktan çıkıyor" (Çalışlar, 2006, s. 66).

Doğan Grubu ve AKP'nin karşı karşıya gelmesiyle başlayan süreçte, 18 Şubat 2009 yılına gelindiğinde Maliye Bakanlığı Doğan Grubu'nu 826 milyon TL'lik vergi cezasına çarptırmıştır. Aydın Doğan, 2007 yılından sonra grubunun vergi belasıyla haksız yere sıkıştırıldığını ve bu nedenle 2009 yılında küçülmek zorunda kaldıkları için Milliyet'i Vatan'ı, Star'ı sattıklarını belirtmiştir. Yaptırımlar bunlarla sınırlı kalmamıştır. Doğan, hükümet yanlısı yayın organlarının ortaya çıkmasıyla birlikte reklamların kendi gruplarına verilmediğini, ayrıca “iktisadi devlet teşekküllerine ait kamu reklamlarının hatta devletin yönetimine hâkim olduğu özel sektör; mesela Turkcell, Digtürk, Türk Telekom gibi, mesela THY gibi, Ziraat Bankası gibi Halkbank gibi, Vakıfbank gibi kurumların reklamları” mümkün olduğu kadar hükümet yanlısı basına verilmiştir (Tekelioğlu, 2015, s. 131-132).

Bourdieu'ya göre, bir yayın organının özerklik derecesini anlamak için gazetenin gelir payında devlet yardımlarının, ilanların ne kadar yer kapladığına bakmak gerekir.

“Herhangi bir gazetecinin özerklik derecesine gelince, bu önce basındaki yoğunlaşma derecesine bağlıdır (basın, potansiyel işverenlerin sayısını azaltmak suretiyle iş güvensizliğini artırır); sonra da gazetecinin çalıştığı gazetenin gazeteler uzamı içindeki konumuna, yani az çok “entelektüel” ya da “tecimsel” kutuplardan birine yakın oluşuna bağlıdır; daha sonra, gazete ya da basın organı içinde, sahip olduğu farklı statü güvencelerini (özellikle ünlenmeye bağlı olan) ve aynı zamanda da ücretini (halkla ilişkilerin yumuşak biçimlerinde asgari zafiyet ve sermayedarların baskı gücünün uygulanma alanı bulunduğu işe ya da ücret işler karşısında asgari bağlılık etmeni) belirleyen konumuna (kadrolu, parça başı çalışan, vb.) bağlıdır; ve nihayet enformasyon üretimindeki özerk yeğinliğine bağlıdır” (Bourdieu, 1997, s. 78).

AKP hükümeti iktisadi devlet teşekküllerine ait kamu reklamlarını, devletin yönetimine hâkim olduğu özel sektör reklamlarını Doğan Grubu'na vermeyerek bu grubu cezalandırmıştır. İktidarla çıkarları ortaklaşmayan Doğan Grubu bu baskıya uzun süre dayanamamış, çok fazla sayıda çalışanını işten çıkarmak zorunda kalmıştır.

Tüm bu sürecin sonunda alanın önemli oyuncularından biri olan Doğan Grubu iktidarla olan mücadelesinde alandaki yerini kaybetmiş, yerine iktidarın desteğini alan Demirören Medya getirilmiştir. Derya Sazak, Doğan Grubu'na ait Milliyet Gazetesi'nin Demirören Medya tarafından satın alındıktan sonra gazetede bir darbe yapıldığını,

Erdoğan Demirören tekeline giren medyanın “beyefendiye sorularak çıkarılan bir gazete durumuna, başbakanlara, bakanlara sorularak çıkarılan bir gazete durumuna” düştüğünü belirtmiştir. Demirören Grubu, gazeteyi satın aldıktan sonra Başbakan Erdoğan’ı arayarak bir talimatı olup olmadığını, gazetenin başına kimi getirmesini istediğini sormuştur. Erdoğan’da gazetenin başına arkadaşı Akif Beki’nin getirilmesi talimatını vermiştir (Tekelioğlu, 2015, s. 104-105).

Türkiye’de AKP iktidarı döneminde medya alanının yeniden yapılandırılmasında ve yine muhalif medyanın cezalandırılmasında etkin bir biçimde kullanılan devlet kurumlarından biri de TMSF (Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu) olmuştur. TMSF 1983 yılında kurulmuştur. Bu kurumun amacı “temelde tasarruf ve mevduat sahiplerini bankaların batması durumunda koruma amacıyla kurulmuş olan özellikle batan bankaların alacaklarını kamu adına takip ederek” korumaktır (Erdem, 2015, s. 40-43). TMSF medya şirketlerinin satılmasında önemlidir; çünkü medya şirketlerini ellerinde bulunduran sermayedarların yaşadıkları ekonomik krizler nedeniyle TMSF bu şirketlere el koyabilmektedir. TMSF, iktidarın atadığı yönetimin kontrolünde olduğu için el konulan medyanın satışları, iktidara yakın grupların eline geçmiştir. Erdem’e göre (2015, s. 39) günümüzde Türkiye’deki medya ortamının oluşmasında TMSF belirleyici bir rol üstlenmiştir. TMSF mevzuatı gereği farklı sektörlerde büyük yatırımları olan sermaye gruplarının bankaları, usulsüz kredi kullanma ya da yüklü borçları nedeniyle mevzuat gereği, tüm mal varlıkları devlete geçmiştir. 90’lardan günümüze uzanan süreçte “birçok önemli medya grubu, TMSF yoluyla iktidar kontrolüne geçmiş ve bir müddet sonra ihale yoluyla hükümete yakın kişi ya da firmalara devrolmuştur”. TMSF aracılığıyla el konulan şirketler, el konulduktan sonra kendi atadıkları yetkili kişiler tarafından yönetildikten sonra, ihalelerle iktidara yakın şirketlere satılmıştır. Ayrıca “satış aşamalarında kamu bankası kredileri gibi devlet olanakları kullanılmıştır (Saran, 2014).

Sonuç olarak, Türkiye’de yeni medya düzeni partiye yakınlık derecesiyle alınan ihalelerle örülmüştür. AKP hükümeti, iktidara geldikten sonra medyada kendisine yakın bir çevrenin egemen olmasını sağlamaya çalışmıştır. Örneğin, AKP’nin iktidara geldikten kısa süre sonra seçimlerdeki rakibi Uzan Grubu’nu hedef alması ve TMSF’nin

Uzan Grubu şirketlerine el koyması bir rastlantı değildir. Uzan Grubu'na benzer bir biçimde Çukurova Grubu da süreç içerisinde tasfiye edilmiş, bünyesindeki medya organizasyonları Doğu Grubu tarafında satın alınmıştır. İktidar, kendi medyasını oluştururken “teftiş müesseselerini, genel ve yerel bürokrasiyi, TMSF, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Basın İlan Kurumu (BİK), Basın Enformasyon Kurumu (BEK), Anadolu Ajansı (AA) ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜRK) gibi birçok devlet kurum ve enstrümanını medya gruplarına karşı bir baskı unsuru olarak kullanmaktan çekinmemiştir” (Erdem, 2015, s. 39).

Bu bölümde, gazetecilik alanında önemli bir oyuncu olmak ve alandaki mücadelede egemen olmak için devlet desteğini almanın önemi iki büyük grubun mücadelesi ve bu mücadelede iktidarın müdahalesi ön plana çıkarılarak değerlendirilmiştir. Siyasal iktidarın gazetecilik alanını yeniden düzenlerken kullandığı stratejilerden bahsedilmiştir. Bourdieu'nun gazetecilik alanını düşmanlıkların olduğu, bölünmüş bir dünya olarak tanımlamasına uygun bir biçimde Türkiye'de gazetecilik alanı, içinde farklı güç dengelerinin olduğu çatışmalarla ve mücadelelerle şekillenmektedir. Türkiye'de gazetecilik alanı hem ekonomik hem de siyasal alanın müdahaleleriyle şekillendiği için gün geçtikçe özerkliğini yitirmekte ve alana atfedilen saygınlık da giderek azalmaktadır. Devlet, gazetecilik alanına sağladığı desteklerle gazeteleri kendi politikalarına bağımlı hale getirmektedir. Destek alamayan basın kurumları pazardan çekilmek zorunda kalınca da bilgi üretimi yalnızca büyük medya gruplarının kontrolüne kalmaktadır. Tüm bu süreç, gazetecilik alanının en temel ilkesi olan bağımsızlık sorununu yaratmaktadır.

1.4.3. 15 Temmuz Darbe Girişimi ve OHAL Sürecinde Gazetecilik

Türkiye'de 15 Temmuz 2016 tarihinde Türk Silahlı Kuvvetleri arasında yer alan bir grup asker tarafından darbe girişiminde bulunulmuştur. Darbe girişimi başarısız olmuş, 20 Temmuz 2016'da Olağanüstü Hal (OHAL) ilan edilmiş, ardından OHAL 7 defa uzatılarak 18 Temmuz 2018 tarihinde tamamen kaldırılmıştır. OHAL döneminde yayınlanan Kanun Hükmündeki Kararnameler (KHK), gazetecilik alanını etkileyen kararları da içinde barındırmış, bu KHK'lar iktidara medya alanını istediği gibi

düzenleme gücü kazandırmıştır. Bu süreçte, Yayıncılar Birliği (WAN-IFRA), Uluslararası Yazarlar Kulübü (PEN), Sınır Tanımayan Gazeteciler (RFS), Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI), Gazetecileri Koruma Komitesi (CPJ) Türkiye’de medya kuruluşlarının uğradığı baskıyı, gazeteci tutuklamalarını ve bu gibi benzer hak ihlallerini Birleşmiş Milletler’e taşımıştır (Gazeteciler Cemiyeti, 2016, s. 11).

Akdeniz ve Altıparmak’ın Uluslararası Yazarlar Derneği (PEN) için hazırladığı rapora göre Türkiye, OHAL ilanını takiben 21-22 Temmuz 2016 tarihinde Birleşmiş Milletler ve Avrupa Konseyi’ne bildirimde bulunarak OHAL döneminde Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve BM Medeni ve Siyasal Haklar Sözleşmesinden kaynaklanan yükümlülüklerini askıya aldığını bildirmiştir. Bu haklar içerisinde özgürlük ve güvenlik hakkı, adil yargılanma hakkı, ifade özgürlüğü hakkı, hukuk önünde eşitlik hakkı gibi temel haklar bulunmaktadır (2018, s. 11).

İfade özgürlüğünün askıya alınması basın özgürlüğü konusunda yaşanan hak ihlallerini daha da geriletmiş, hükümet OHAL kapsamında Türkiye’de zaten sorunlu olan basın özgürlüğü sorununu derinleştirecek kararlar almıştır. Darbe teşebbüsünde bulunduğu iddia edilen Fetullah Gülen cemaatiyle ilişkili yayın organları kapatılmış, bunun dışında farklı eleştirel yayın kuruluşları, etnik ya da ideolojik sebeplerle “siyaseten kabul görmeyen” yayın anlayışına sahip oldukları için yoğun baskılarla muhatap olmak zorunda bırakılmıştır (Gazeteciler Cemiyeti, 2016, s. 25).

27 Temmuz 2016’da hükümet tarafından çıkarılan KHK’larla darbe girişiminin ardındaki güç olarak görülen Fetullah Gülen’le bağlantılı oldukları iddia edilen 131 medya organı kapatılmıştır (hrw.org.tr, 2016). Temmuz ayında darbe girişiminden hemen sonra hakkında tutuklama kararı çıkan 103 gazeteciden 46’sı gözaltına alınmış ve bazıları tutuklanmıştır. Kısa sürede çok sayıda gazete, haber ajansı, televizyon, dergi, radyo, yayınevi kapatılmıştır. Ağustos ayına gelindiğinde, 120 gazeteci ile ilgili gözaltı ve yakalama kararı çıkarılmıştır. Temmuz ayında hapisanedeki gazeteci sayısı 70 iken Ağustos ayında bu sayı 90’ı aşmıştır. 330 gazetecinin basın kartı iptal edilmiş ve bir çok gazetecinin hususi pasaportlarına el konulması kararı verilmiştir (Gazeteciler Cemiyeti, 2016, s. 11-12).

Baskı, yalnızca Fettullah Gülen cemaatine yakın olan yayın organlarıyla sınırlı kalmamıştır, hükümeti eleştiren her yayın organı ve bu yayın organı çalışanları üzerindeki baskı artmıştır. Örneğin, darbe girişiminden kısa bir süre sonra 28 Ekim 2016 tarihinde yayınlanan KHK'yla başta Alevi, Kürt olmak üzere muhalefet partilerine destek veren 23 TV ve radyo istasyonu da kapatılmış, ardından Cumhuriyet gazetesinde çalışan 12 gazeteci ve yönetici göz altına alınmış 10'u tutuklanmıştır (hrw.org.tr, 2016). Özgür Gündem, Kürtçe yayımlanan günlük gazete Azadiye Welat gibi gazeteler kapatılmış, çalışanları göz altına alınmıştır. Gazetecilere yönelik şiddet ve baskı artmış, eleştirel gazetecilik gün geçtikçe imkânsız hale getirilmeye çalışılmıştır. Sendika.org, Demokrat Haber sitelerine, DİHA, sol haber portalı gibi kuruluşlara Telekümünikasyon İletişim Başkanlığı (TİB) kararıyla erişim engeli getirilmiş, IMC TV terör örgütü propagandası yaptığı gerekçesiyle kapatılmıştır. Haber ajanslarına kayyımlar atanmıştır. Birçok gazeteciye Cumhurbaşkanı hakaret gerekçesiyle dava açılmış ve bazı gazetecilere bu gerekçeyle hapis cezaları verilmiştir. Akdeniz ve Altıparmak'a göre, "1980'ler ve 90'larda ifade özgürlüğüne aykırı yargılamaların çoğu Atatürk'e, Türklüğe ve ülkenin bölünmez bütünlüğüne hareket ile ilgiliyken, AKP döneminde bunların yerini dine, hükümete ve Cumhurbaşkanı hakaret sebebiyle başlatılan ceza yargılamaları almıştır" (2018, s. 5).

Eylül ayı içerisinde FETÖ/PDY ile bağlantılı oldukları gerekçesiyle Basın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, 115 gazetecinin sürekli basın kartını iptal etmiştir (Gazeteciler Cemiyeti, 2016, s. 13). Kart iptalleri, soruşturmalar, yargı süreçleri, gözaltılar, tutuklamalar gazetecilik alanında baskının gün geçtikçe artmasına neden olmuştur. Hükümet yanlısı olmayan medya kuruluşları bu süreçte hükümet baskılarına karşı direnmekte zorlanmış, muhalif gazetecinin gazetecilik alanındaki varlığı iktidar için bir tehdide dönüşmüştür. Bu süreçte çok fazla muhalif gazeteci işsiz kalmış, sürekli basın kartı sahiplerinin basın kartları iptal edilmiştir. Gazeteciler Cemiyeti'nin 2014 yılından 2016 yılına kadar yürüttüğü araştırmanın sonucuna göre, son yıllarda artan gazeteci sayısı rekor düzeydedir ve işsiz gazeteciler arasında siyasi iktidarı eleştirenler çoğunluğu oluşturmaktadır (Gazeteciler Cemiyeti, 2016, s. 3).

15 Temmuz'un ardından muhalif medyanın tasfiyesi gerçekleşmiştir. İktidar, OHAL'de çıkardığı kanun hükmünde kararnamelerle hem Fetullah Gülen cemaatiyle bağlantılı olduğu iddia edilen medyanın hem de muhalif medyanın tasfiyesini gerçekleştirmiştir. Medya alanında iktidarın etkin bir biçimde kullandığı TMSF, bu süreçte de etkin bir rol üstlenmiş, yayın organlarına TMSF aracılığıyla el konulmuştur. Mart 2018 itibarıyla TMSF elinde 33 televizyon, 39 radyo, 72 gazete-dergi ve matbaa, 5 haber ajansı bulunmaktaydı. Bu medya kuruluşları, TMSF aracılığıyla ilansız ve ihalesiz bir biçimde satışa çıkarılmalarıyla gündeme gelmiştir (Ayan, 2019, s. 210).

Türkiye, insan hakları raporlarında ifade ve basın özgürlüğü konusunda hızla gerileyen bir ülkeye dönüşmüştür. 2019 yılında Sınır Tanımayan Gazeteciler (RFS) “Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi” sıralaması yapmıştır. Türkiye 180 ülkenin bulunduğu bu sıralama içerisinde 157. sırada yer almıştır (independentturkish.com, 2019).

Sonuç olarak, OHAL döneminde AKP hükümeti devletin organlarını da etkin bir biçimde kullanarak medya kuruluşlarının mülkiyet ve kontrol yapısında radikal bir dönüşüm gerçekleştirmiştir. Bu dönüşüm, gazetecilik alanında kendisine yakın sermaye grubunun egemenlik kurmasıyla sonuçlanmıştır. Türkiye'de medya kuruluşları çoğunlukla iktidar tarafından kontrol edilmesi mümkün olan bir yapıya kavuşurken gazetecilerin bu ortamda fiziki ya da psikolojik olarak çalışmaları daha da zorlaşmıştır. Gazetecilik alanındaki gazeteciler; baskı, tehdit, karalama kampanyaları, gözaltı, tutuklama gibi stratejilerle tahakküm altına alınmaya çalışılmıştır. Bu durum, elbette gazetecilik alanında her çalışanı etkilediği gibi okur temsilcilerini de doğrudan etkilemiştir. Hükümeti eleştirmenin neredeyse imkânsız hale geldiği, medya organlarının iktidar eliyle yeniden düzenlendiği bir ortamda okur temsilciliği de krize girmiştir. 2019 yılında Hürriyet Gazetesi yönetimi Faruk Bildirici'den eleştirel yazılar yazmamasını, genel medya yazıları yazmasını talep etmiş, ardından Bildirici'nin işine son verilmiştir. Sabah Gazetesi'nde okur temsilciliği köşesi boşaltılmış, Milliyet Gazetesi'nde okur temsilciliği köşesi genel medya yazılarının yer aldığı bir köşeye dönüştürülerek “okur temsilciliği” işlevsizleştirilmiştir.

1.4.4. Başkanlık Sistemine Geçiş ve Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığına Devredilmesi

Gazetecilik alanında etkili olan değişimlerden biri de Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün kapatılması olmuştur. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçiş için 16 Haziran 2017 tarihinde yapılan referandumdan sonra Anayasa değişikliği yapılmış, ardından 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi sonucunda Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi olarak adlandırılan yeni bir hükümet sistemine geçilmiştir. Başbakanlık'a bağlı bir devlet kurumu olan Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü bu değişimle beraber kapatılarak görev ve yetkileri 703 numaralı Kanun Hükmünde Kararname ile Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı'na devredilmiştir. Ardından Basın Kartı Yönetmeliği, 14 Aralık 2018 tarihinde Resmi basın kartlarına ilişkin usul ve esasların değiştirildiği ilan edilmiştir. Resmi Gazete'de Basın Kartı Yönetmeliği düzenlenerek kartın verileceği kişilerde aranan şartların yeniden belirlenmiş, "milli güvenlik ve kamu düzenine aykırı davranışlarda bulunması veya bu tür davranışları alışkanlık edinmesi" maddesi eklenmiştir. Basın kartı başvurularını değerlendirmek için Başkanlığın bünyesinde "Basın Kartı Birimi" kurulmuştur. Yeni yönetmelikten önce Basın Kartı Komisyonunda basın iş kolunda örgütlü tüm sendikaların temsilcilerine yer verilirken yeni yönetmelikle birlikte bu durum değişmiş, basın kartını veren Basın Kartı Komisyonuna, başkanlığın seçimine bağlı olarak yalnızca bir sendika temsilcisinin katılabileceğine karar verilmiştir.

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, yaşanan bu dönüşümden sonra Ocak 2019'da basın kartına sahip tüm gazetecilerden kart yenileme başvurusu yapmalarını talep etmiş, bu talep hem ulusal hem de uluslararası basın örgütleri tarafından eleştirilmiştir. Yapılan bu değişiklikler, Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI) tarafından da özgür basını kısıtlayacağı gerekçesiyle eleştirilmiştir. Enstitünün yeni Basın Kartı Yönetmeliği'nde yapılan en önemli değişikliğin 29. madde olduğu ve bu maddeye göre gazetecilerin, "milli güvenlik ya da kamu düzenine aykırı davranışlarda bulunması veya bu tür davranışları alışkanlık etmesi" halinde basın kartlarının ellerinden alınacağı ifadesinin keyfi kullanıma açık olmasının basın özgürlüğünü tehlikeye atacağı vurgulanmıştır. Enstitünün Savunu Kordinatörü Ravi P. Prasad'a göre "yeni basın kartı yönetmeliği devletin eleştirel medyayı susturmak için orantısız güce dönüşme tehlikesi taşımaktadır"

(freeturkeyjournalists.ipi.media, 2018). Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin bu konuya ilişkin yaptığı açıklamada, Türkiye'de adil yargılanma hakkının ihlal edildiği vurgulanmıştır. Bu hak ihlali nedeniyle birçok gazeteci yargılanmaktadır. Bu durumda yeni basın yönetmeliğine göre aranan şartlar bağımsız gazeteciliğe zarar verecektir (bianet.org, 2019a).

Basın örgütleri ve gazeteciler, basın kartlarının verilme sürecinin bir sansür mekanizmasına dönüştüğünü düşünmektedir. Çağdaş Gazeteciler Derneği (ÇGD), yeni Basın Kartı Yönetmeliği'nin anayasaya aykırı olduğunu açıklamış ve anayasaya aykırı olan maddelerin iptal edilmesi için dava açmıştır. ÇGD'ye göre, "Basın Kartı Yönetmeliği'nin 6, 14, 15, 25, 29 ve 30'uncu maddeleri Anayasa ve yasalara aykırıdır. Bu maddeler muhalif gazetecilerin kartlarının iptallerini kolaylaştırmaktadır" (bianet.org, 2019a). Çağdaş Gazeteciler Derneği Genel Başkanı Can Gülerüzlü, bu değişikliği sansür olarak değerlendirmiş, ayrıca bu durumun iktidarın kendisine yakın bir basın yaratma hamlesi olduğuna dikkat çekmiştir (Yazıcıoğlu, 2020).

Gazetecilerin sarı basın kartını alabilmeleri için Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün basın kartı yönetmeliğinin şartlarına uygun olması gerekmektedir. Ayrıca gazetecilerin devlet kurumlarının düzenledikleri basın toplantıları başta olmak üzere, resmi törenlere, parti genel kurullarına katılmaları için gerekli olan akreditasyon izni de Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından sağlanmaktadır. Yani Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü devletin medya alanını kontrol edebilmesine olanak sağlayan bir devlet kurumudur. Bu nedenle gazeteciler ve basın örgütleri sarı basın kartının devlete bağlı bir kurum tarafından dağıtılmasına karşı çıkmaktadır. İngiltere, Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda gibi basın özgürlüğünün önemsendiği ülkelerde basın kartları devlet tarafından değil, gazeteciler tarafından oluşturulan komisyon tarafından verilmektedir. Basın kartlarının devlete ait bir kurum tarafından verilmesine yönelik eleştirilerin temelinde, gazetecilerin devlete bağlı bir kurumun denetimiyle baskı altına alınacağı endişesi bulunmaktadır. Basın kartının devlet tarafından verilmesinin basın özgürlüğünü engellediğini düşünenler, basın kartının sendikalardan, meslek örgütlerinden oluşan bir komisyon tarafından verilmesini savunmaktadır.

1.5. GAZETECİLİK ALANININ SINIRINDAKİ GAZETECİ

Türkiye’de gazeteciliğin küçük ölçekli işletmeler olmaktan çıkıp büyük ölçekli işletmelere dönüşmesi, 1980’li yıllarda gazetelerin Bab-ı Ali’den İkitelli’ye taşınmasıyla başlamıştır. Bu süreçte gazetelerin ticari işletmelere benzer biçimde örgütlenmesi, yaşanan yapısal dönüşümler gazetecilik pratiklerini de değişime uğratmıştır. 1980’lere kadar gazete sahipleri, gazeteci kökenli patronlarken ve haber merkezinde muhabirden genel yayın yönetmenine kadar tüm çalışanlar birlikte hareket ederken neoliberal politikalarla birlikte bu durum değişmiş, gazetecilik mesleği ekonomik, toplumsal ve mesleki dönüşümler yaşamıştır. Özellikle, bu dönemde sendikaların kapatılması, grevlerin yasaklanması, ücretlerde yaşanan düşüşler, “güvencesiz istihdam” sorunu yaratmıştır.

Selma Toktaş (2010, s. 168), gazetecilik mesleğinin yaşadığı dönüşümü iktisadi ve siyasi politikaların, teknolojik yeniliklerin medya ortamını yeniden yapılandırırken geleneksel gazeteciliği de nasıl dönüştürdüğünü farklı statü ve kurumlarda çalışan gazetecilerle görüşerek aktarmıştır. Emek süreci teorisine dayandırılarak yapılan bu araştırmaya göre, usta-çırak ilişkisine dayanan gazetecilik pratiği; gazetelerin büyük ölçekli üretim sürecine geçmesi ve yaşanan holdingleşmeyle birlikte dönüşmeye başlamış, gazete içerisinde oldukça önemli olan muhabir emeği değersizleşmiştir. Gazete içerisinde çoğunluğu oluşturan muhabirlerin iş koşulları, yaşam koşulları, ekonomik ve sosyal hakları gün geçtikçe kötüleşmiştir. Sendikasızlaşma, güvencesiz çalışma koşulları gazeteciye bağlı bulunduğu sermaye grubunun çıkarlarına göre hareket etmek zorunda bırakmış, patrona boyun eğmeyi kolaylaştıran bu süreç, gazetecilerin vasıfsızlaşmasına ve proleterleşmesine neden olmuştur. Bourdieu da benzer biçimde gazetecilik alanı içerisinde iktidar ve imtiyazı dağılımının genişlediği için kimi gazetecilerin girişimci birer küçük kapitaliste dönüştüğünü, bu durumun geniş bir gazeteci kesiminin ise prekaryalaşarak alt-proletaryaya dönüştüğünü vurgular. Bourdieu’ya göre, gazetecilik alanı içerisinde tabandaki gazetecileri oluşturan “mülakat taşeronları, telifli çalışanlar, prekaryalaşmaya mahkûm bütün o adsız sansız kişiler gazetecilikte gerçekten sahici olan şeyi yapmaktalar ve gayet berrak bir zihne sahipler, kendilerini çok daha doğrudan ifade ediyorlar. Televizyon dünyasına dair belli bir

bilgiye sahip olabiliyorsak, bu bir ölçüde onların tanıklığı sayesinde gerçekleşmektedir (Bourdieu, 2017, s. 99).

Sarphan Uzunoğlu (2018, s. 213), Türkiye’de serbest muhabirler üzerine yapmış olduğu araştırmada 2000’li yıllarda haber mecralarında yaşanan dijitalleşmenin ve buna bağlı olarak gerçekleşen dönüşümün güvencesizleşmenin bir boyutunu oluşturduğuna dikkat çekmiştir. Guy Standing’in “prekarya”⁷ sınıf teorisi üzerine dayanan araştırma dijitalleşmenin gazetecileri güvencesiz, örgütsüz, esnek çalışma pratiklerine zorunlu kıldığına odaklanmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte gazetecilerin çalışma koşullarının dönüşümünde etkili olan en önemli faktörlerden biri, ortak çalışma alanları olan ofislerin yerini fiziki bir mekân olmayan dijital mecraların alması olmuştur. “Kanuna tabi olmayan, kurumsal kimliği olmayan, güvenli bir platforma dayanmayan, farklı sosyal ağlar üzerinde yayın yapan ve kendisini gazetecilik işlevi üzerinden tanımlayan yayıncıların” sayısı gün geçtikçe artmakta bu durum gazeteciler için güvencesizlik sorununu daha da derinleştirmektedir.

Bourdieu’ya göre prekaryalaşma, “siyasi bir rejim”dir. Çünkü bu iktisadi bir rejim olarak görülse de aslında siyasi güçlerin işbirliğiyle tesis edilmektedir. Prekaryalaşma bugün her alandadır: Özel sektörde, geçici sezonluk işlerin arttığı kamu sektöründe, sanayi işletmelerinde, kültürel üretim alanlarında. Prekaryalaştırma, çalışanları boyun eğmeye sömürüyü kabullenmeye zorlar. Sürekli bir güvencesizlik durumunun tesisi işçiler üzerinde yeni bir hâkimiyet kurma biçimine dönüşür. Bu esnek sömürü biçimi⁸, “sosyal hakları gelişkin, sendikal direnişleri en örgütlü (bütün bu özellikler ulusal sınırlara ve ulusal tarihe bağlıdır) ülkelerin çalışanları ile toplumsal açıdan az gelişmiş ülkelerin çalışan nüfusu arasında rekabet oluşturur” (Bourdieu, 2017, s. 113). Bu durum, görünüşte doğalmış gibi görünse de üretim alanlarına hâkim olan güçlerin manipülasyonları sayesinde kendini devam ettirir işçilerin bu duruma boyun eğmelerini sağlar. Gazetecilik alanı içerisinde bu boyun eğme, sansüre dönüşebilir. Çünkü rekabete dayalı piyasada kişi devamlı işsiz kalma tehlikesiyle karşı karşıya bırakıldığı için alanın

⁷ Güvencesizleşme tartışmalarında önemli bir kavram olan “prekarya” kavramı geleceksiz ve belirsiz bir sınıfı tanımlamak için kullanılır.

⁸ Bourdieu prekarya yerine birisinin bu kavramı önerdiğini belirtir ve kullanır.

dayattığı kuralları kabul etmek zorunda kalır. Bu durumlarda sansür, gazetecileri işsiz bırakma metoduyla kendini gösterir. Bourdieu'ya göre (2017, s. 127) prekaryalaşma sayesinde ehlileşmiş bir işgücü ordusunun başarısında prekaryalaşmış habitusların işbirliğinin önemi büyüktür.

Gazeteciler kendi habitusu içerisinde, alanının kendisine sağladığı olabilirlikler sınırları içerisinde görevlerini yapmaktadır. Bourdieu buna alanın yapılanmış gerekleri der. Bu gereklilikleri yerine getirmek, kendini diğer eyleyenlerden ayırtırmak mümkün değildir. Oyuna dahil olurken, dile getirilmese bile, oyuna içkin olan ya da oyunun ruhuna sahip olan herkese sunulan dayatmalar kabullenilir (Bourdieu, 1995, s. 72). Yani gazetecilerin sahip oldukları ortak habitus onlara alanın yapılanmış sınırlılıklarının bilgisini verir. Örneğin, yıllarca gazetelerde çalışmış olan Oral Çalışlar, bir basın emekçisi olarak kapitalist bir sistemde çalıştığını, bu sistemin en bilindik kurallarından birinin de patronun kendi çalışanını işten atabilme hakkı olduğunu belirtir (2006, s. 53).⁹ Bourdieu'ya bu durumun nedeni, gazetecilerin gazetecilerin sahip olduğu özel gözlüklerdir. Bu gözlükler bazı şeyleri görünür kılar, bazı şeyleriye görünmez. Yani bir ayıklama yapılı ve ayıklanmış olan şeyler belli bir tarzda kurgulanır (Bourdieu, 1997, s. 24). Habitus ve alanın bilgisi faile neyi görüp neyi görmeyeceğinin bilgisini verir ve onu alan içerisindeki mücadelede yönlendirir. Fail bu mücadelede çıkarlara uygun bir kazanım elde etmek için strateji geliştirir. Çalışlar'ın aşağıdaki ifadeleri, gazetecilerin alanın dayattığı yapılanmış gereklere uygun stratejilerin farkında olarak hareket ettiğini göstermektedir.

“Gazeteciyle iktidar arasındaki ilişki aslında tehlikeli bir oyun. Gazeteci, bir bakarsınız iktidarın bir parçası haline gelebilir. Kendisi bir iktidar gücü olarak ortaya çıkabilir. Türkiye’de böyle örneklere çok rastlarız. Ancak oralarda durabilmek, ancak asıl iktidarla yürütülebilecek uyumlu ilişkiye bağlıdır. Merkezi tercihleri iyi kavramak ve ona uygun maskeler takınmak, başarının önemli şartlarından biridir. Bunu bazı meslektaşlarımızın başarıyla yaptığını kabul etmek gerekir” (Çalışlar, 2006, s. 84).

⁹ Oral Çalışlar “Ahmet Altan ve Can Dündar” başlıklı bu yazıyı Ahmet Altan'ın 1995 yılında Milliyet Gazetesinde işine son verilmesi ve Can Dündar'ın da Ahmet Altan'ı savunan bir yazı yazdıktan sonra yazının Milliyet gazetesinde yayımlanmaması üzerine yazmıştır. Ayrıca Sabah gazetesinde o yıllarda 800 kişinin işine son verilmesi üzerine Ahmet Altan'ın sessiz kalmasını eleştirenlere de bunun doğru olduğunu düşünmüyorum demiştir. Ahmet Altan işten çıkartıldığında gazetenin patronu Aydın Doğan'dır. Aydın Doğan Ahmet Altan'ı Kürt sorunu üzerine fikir ayrılıkları yaşadıkları için işten çıkarmıştır.

Gazetecilerin yaşadığı en önemli sorunlardan biri de “basın özgürlüğü” sorunudur. Özellikle baskının yoğun olduğu dönemlerde demokrasi ve özgürlükler tehlike altına girdiğinde en çabuk çürümeye başlayan mesleklerden biri, gazetecilik mesleğidir. Basın, güç gruplarının kontrolünde bir tehdit aracına dönüştüğünde gazeteciler sansüre uğramaktadır. Türkiye’de gazetecilerin hak ve özgürlükleri kuşatma altındadır. Avrupa Konseyi "*Risk Altında Demokrasi: Avrupa’da medya özgürlüğüne yönelik tehditler ve saldırılar*" adlı raporunda, Avrupa genelindeki cezaevinde 130 gazeteciden 110'un Türkiye’den olduğunu ve "Türkiye’nin gazeteciler için dünya çapındaki en büyük hapisane olduğu" ifadelerine yer verilmiştir (bianet.org, 2019b). Türkiye’de gazeteciler baskılara ve tehditlere rağmen gazetecilik yapmak zorunda kalmaktadır. Yüzlerce gazetecinin tutuklu olduğu, gazetecilerin tehdit aldığı ve baskılandığı bir yerde ifade özgürlüğünden bahsetmek de mümkün değildir. Sezin Öney’e göre (2016) hak ve özgürlükler Türkiye’de kuşatma altındadır. Bu baskı ortamında “gazeteciler hapisteyken, mesleki özgürlükleri sürekli daha fazla kısıtlanırken, ‘gazeteciliğin geleceği ne olacak?’, Türkiye ölçeğinde ‘lüks’ bir soru gibi kalmaktadır”.

Gazetecilik etiği tartışmalarını gazetecinin meslek ahlakı üzerinden yürütmek, gazetecilik alanının yapısal özelliklerini ve alanda yaşanan mücadeleleri göz ardı etmek anlamına gelir. Bourdieu’ya göre ahlaki sorumluluğun görmezden gelinmesi de doğrudan yapısal mekanizmalarla ilgilidir. Ahlaki kaygının ortaya çıktığı yapı içerisinde desteklenmesi gerekir:

“Eğer ahlaki savsaklamaları doğrudan yapısal mekanizmaların bilincine varılsaydı, bunları kontrol altına yönelik bilinçli bir eylem de mümkün hale gelirdi. Yüksek düzeydeki bir kinizmle belirginleşen bu evrende ahlâktan çokça söz edilmektedir. Ahlâkın ancak ancak yapıları; insanların ahlâktan çıkarları olmasını sağlayan mekanizmalara dayanırsa etkili olduğunu biliyorum. Ahlâki kaygı gibi bir şeyin ortaya çıkabilmesi için, bu şeyin o yapının içinde dayanaklar ve destekler; ödüller bulması gerekirdi. Bu ödüller izleyici kitesinden de gelebilirdi. Eğer ne türlü kullanımlara maruz kaldıkları konusunda daha aydınlatılmış ve bilinçli olsalardı” (Bourdieu, 1997, s. 61-62).

Alan içerisindeki güç, faillere eşit biçimde dağıtılmamıştır. Faillerin sahip olduğu sermaye biçimleri ve hacimleri konumları belirlerken aynı zamanda mücadelede hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştırır. Gazetecilik alanında mücadele eden faillerin

konumunu belirleyen aynı zamanda alanın tarihsel süreç içerisinde oluşan yapısal özellikleridir. Bu özellikler etik tartışmalarda üzerine çok fazla sorumluluk yüklenen gazetecilerin eylemlilik alanlarını kısıtladığı, hatta gazetecilik yapmayı imkânsızlaştırdığı için gazetecilik etiğini bu sınırlıklar ekseninde tartışmak zorunludur.

2. BÖLÜM

OMBUDSMANLIK KURUMUNUN TARİHÇESİ VE GAZETECİLİK ALANINDAKİ İŞLEYİŞİ

2.1. OMBUDSMANLIK KURUMUNUN KISA TARİHİ, GÖREV VE YETKİLERİ

Ombudsman kelimesi, İsveç dilinde eski bir kavramdır ve bu kavram, biri “Ombud” diğeri ise “Man” olmak üzere iki farklı sözcüğün birleşiminden oluşmuştur. “Ombud” kelimesi “temsilci veya sözcü olma” işlevini ifade ederken, “man” kelimesiyse kişi, şahıs anlamını taşımaktadır. Ombudsman terimi, “terminolojik anlamda halkın şikâyetlerini izleyen memur veya yurttaş ile yönetim arasındaki anlaşmazlıklarda bir çeşit hakem rolü oynamakla görevli kimse anlamına gelmektedir” (Tayşi, 1997, s. 106). Ombudsmanlık kurumu uygulandığı her ülkenin kendi sosyal, kültürel, siyasi veya hukuki sistemine ve yönetim yapısına uygun rollere göre adlandırılmıştır. İsveç, ABD, ve Finlandiya’da Ombudsman, Avusturya’da Halkın Avukatı (Volksanwaltschaft), Fas ve Suudi Arabistan’da Mazlumların Valisi (Vali el Mezalim), Fransa’da Haklar Savunucusu (Defenseur des Droits), Hollanda’da Ulusal Ombudsman (de Nationale Ombudsman), İngiltere’de Yönetim için Parlamento Komiseri (Parliamentary Commissioner for Administration), İspanya’da Halk Savunucusu (Defensor del Pueblo), Kanada’da Vatandaş Koruyucu (Le Defense des Droits), Portekiz’de Adalet Temsilcisi (Provedor de Justiça) ve Romanya’da Halkın Avukatı (Avucatul Porporului) ifadeleri kullanılmaktadır. “Türkiye’de ise, Yurttaş Sözcüsü Kanun Tasarısı’nda Halk Denetçisi, 6328 sayılı Kamu Denetçiliği Kurumu Kanununda da Kamu Denetçisi kavramları kullanılmıştır” (Özdemir, 2015, s. 7).

Ombudsmanlık kurumu tarihte ilk kez, 1809 yılında İsveç’te ortaya çıkmıştır. Kamu görevlilerinin hakkaniyetli davranmalarını sağlamak amacıyla ortaya çıkan ombudsmanlık kurumu 1971 yılında 21 ülkede uygulanırken 1975 yılına gelindiğinde 62 ülkede uygulanma alanı bulmuş, zamanla yaygınlık kazanmıştır (Tutal, 2014, s.

79).¹⁰ Ombudsmanlığın 1809'da İsveç'te kurulması ardından dünya genelinde yayılmaya başlaması yüzyılı geçkin bir süreyi bulmuştur. İsveç'ten sonra 1919'da ombudsmanlık kurumunu kendi ülkesine uyarlayan Finlandiya'nın, o tarihte altı yüzyıldır bağlı olduğu İsveç'ten ayrılarak bağımsızlığını ilan etmesi ve bu süre zarfında ombudsmanlık kurumuna ilişkin deneyim sahibi olması (Özdemir, 2015, s. 11) ve İkinci Dünya Savaşı sonrası uluslararası ilişkilerdeki hareketliliğinin etkisi (Usta, 2014, s. 59) ombudsmanlığın dünya geneline yayılmasını kolaylaştırmıştır. Ombudsmanlık uygulamasının yaygınlaşmasında etkili olan gelişmelerden biri de devletin sunduğu kamu hizmetlerinde yaşanan büyümedir. Bu durum sunulması gereken kamu hizmetlerinin ya hiç sunulmamasına ya da kamuoyunun beklentilerini tatmin edemeyecek bir biçimde kötü sunulmasına neden olurken, halkın şikâyetlerinin de giderek artmasına sebebiyet vermiştir (Gölönü, 1997, s. 3). Vatandaşların haklarının idare karşısında korunması konusunda önemli bir rolü olan ombudsmanlık kurumu, vatandaşın idareden şikâyetleriyle ilgilenir, soruşturma yaparak sorunu, idarenin bu sorundaki tutumunu saptarken, aynı zamanda idarenin bu sorun karşısında aksayan yanlarını tespit etmektedir (Örnek, 1991, s. 257). Denetimin temel amaçlarından biri de kurumun amacının ne olduğuna açıklık getirmek ve aynı zamanda kurumun kamu yararı için kendisini geliştirmesine katkı sağlamaktır. Çünkü kurumlar, farkında ya da farkında olmadan amaçları dışında hukuka aykırı davranabilir. Denetim kavramının kökleri insanların toplum halinde yaşamaya başlamasından bugüne kadar kullanılan, kökleri oldukça eskiye dayanan bir olgudur. Kamusal denetimin kökenleri ise demokrasinin doğuşuyla eş zamanlıdır. Çünkü demokrasinin gelişmesi mutlak iktidarın sınırlandırılmasına, denetimine dayanır (Düğen, 2005, s. 2).

Ombudsmanın ataması parlamento tarafından yapılmaktadır.¹¹ Fakat ombudsman, hükümete karşı ne kadar bağımsız olması gerekiyorsa parlamentoya karşı da o kadar

¹⁰ Ombudsmanlık kurumunun İsveç'te ortaya çıkış sürecinde XII. Karl'ın Osmanlı Devlet Sistemindeki kurumlardan etkilenmiş olabileceğine dair iddialar vardır. XII. Karl'ın 1709 yılında Poltava'da Rusya'ya karşı verdiği savaş sonucunda yenilgiye uğrayarak Osmanlı Devleti'nde beş buçuk yıla yakın bir süreyle yarı esir kalmıştır. Bu nedenle, uzun süre Osmanlı Devleti'nin siyasal kurumlarını, devlet örgütlenmelerini yakından gözleme fırsatı bulmuştur (Erdoğan, 2006, s. 36).

¹¹ Ombudsmanın seçilmesi ülkelere göre farklılık göstermektedir. Örneğin; Fransa'da ombudsman Bakanlar Kurulu tarafından atanırken, İngiltere'de kraliçe tarafından hükümetin önerisiyle göreve başlatılmaktadır. Ombudsmanların görev sürelerinde de farklılık bulunmaktadır; fakat bu süre genellikle 3

bağımsız olmak zorundadır. Ombudsmenin bir konu hakkında yapacağı araştırma veya soruşturma yetkisi oldukça geniştir. Ombudsman, soruşturmaları sonucunda idarenin yetkisini kötüye kullanmasına engel olarak yasalara uygun davranmaya yardımcı olmaktadır (Büyükavcı, 2008, s. 11). Ombudsman, yurttaşların haklarını korumak için idareyi denetlerken aynı zamanda yurttaşları idarenin denetlenmesi konusunda bilgilendirerek demokrasinin gelişmesine katkı sunar (Erhüman, 1998, s. 102).

Ombudsmanlık kurumunun klasik anlamda özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- “1. Kanunla kurulmaktadır.
2. Özerkliğe sahiptirler.
3. İdarenin içinde yer almazlar.
4. Yasama ve yürütmeden bağımsızdır.
5. İdareyi yasama adına denetler.
6. Uzman ve tecrübe sahibidir.
7. Tarafsız ve bağımsızdır.
8. Uzman kişiden yardım veya tavsiye isteyen, idareye karşı olmayan bir kurumdur.
9. Yurttaş tarafından kolayca bulunabilir ve başvurulabilir” (Arslan, 1986, s. 158).

Genel olarak ombudsmenin en önemli birincil görevi kendisine gelen şikâyetleri bağımsız kamu görevlisi olarak incelemektir. Bunun yanı sıra genel olarak ombudsmenin temel görevlerini aşağıdaki gibidir:

- Kişi hak ve özgürlüklerin korunmak,
- Yurttaşları yönetime karşı korumak,
- Kötü yönetimden doğan haksızlıkları önlemek amacıyla yönetimin iyileştirilmesi için çalışmak (Büyükavcı, 2008, s. 11).

Ombudsmanlara yapılan şikâyet başvurularının yöntemi de ülkelere göre farklılık gösterebilmektedir. Şikâyet başvuruları genellikle doğrudan yapılmaktadır; fakat

ve 7 yıl arasında değişebilmektedir. Ombudsmanlar seçilirken dikkat edilen en önemli husus, kamuoyu tarafından güven kazanmış saygın kişiler olmalarıdır. Ombudsman adaylarının herhangi bir mesleğe tabi olmakla sınırlandırılmaz (Erdoğan, 2006, s. 95-98).

İngiltere ve Fransa örneğinde olduğu gibi, parlamenterler aracılığıyla başvuru yapılan ülkeler de bulunmaktadır. Ombudsmanlar yapılan tüm şikâyet başvurularını dikkatle ele alıp incelemekte ve bir karar vermektedir. Ombudsmanların verdiği kararlar hukuki bir gerekçeye dayanmak zorundadır. Ombudsmanların aldıkları kararların herhangi bir bağlayıcılığı bulunmamaktadır, şikâyet edilen kurum ombudsmanın görüşü doğrultusunda bir yaptırıma tabii tutulamaz. Ombudsmanın görevi, şikâyet edilen konuyla ilgili araştırma yaparak verileri hukuki gerekçelere dayandırarak, şikâyet edilen kurumlara iletme ve ortaya çıkacak benzer sorunlar için önlem alma şeklinde özetlenebilir. Ombudsmanı harekete geçiren durum, yalnızca kendisine gelen şikâyetler olmayabilir, örneğin çıkan bir haber üzerine ombudsman kendiliğinden de konuyla ilgili harekete geçebilir (Yüce & Beyce, 2013, s. 31).

Kamu bürokrasisinde görevin kötüye kullanılmasının önüne geçilmesi, kamuya verilen zarardan sorumlu kişinin bulunması konusuna ombudsmanın katkısı büyüktür. Ombudsman kamu bürokrasisinin işleyişine yönelik parlamentoya sunduğu raporlarla Müslüm Akıncı'nın ifadesiyle (1999, s. 239) “temiz toplum, temiz siyaset yönündeki demokratik ülkeye katkı sağlamaktadır”. Eğer bir ülkede hukuk dışı eylemler söz konusuysa hem insan hakları hem demokrasi büyük zarar görür. Ombudsmanlık kurumunun amacı da hukuk dışı eylemleri kamuoyunun şikâyetleri doğrultusunda saptamak, çözüm bulmak, insan hak ve özgürlüklerinin gelişmesine katkı sunmaktır. Ombudsmanın hukuk dışı eylemleri tespit için idareyi denetlemesi, yönetime karşı olduğu anlamına gelmez. Ombudsmanın amacı, vatandaş ile yönetim arasındaki diyalogu geliştirmek, yanlışların daha çabuk fark edilip düzeltilmesini sağlamaktır (Erdoğmuş, 2006, s. 114-115).

2.1.2. Ombudsmanlık Türleri

19. yüzyılın başlarında ilk olarak İsveç'te uygulanmaya başlayan Ombudsmanlık, yıllar içinde birçok kurumun yönetimden bağımsız olarak çalışan bir kamu denetçisine ihtiyaç duymasıyla yaygınlaşmıştır. Ombudsmana ihtiyacın artmasıyla birlikte ombudsmanın görev alanı da genişlemiş, buna bağlı olarak da denetim alanlarına göre uzmanlaşmaya gidilmiş ve farklı alanlarda ombudsmanlar oluşmuştur. Başlangıçta tek bir ombudsman

varken günümüzde birçok ülkede farklı farklı alanlarda faaliyet gösteren ombudsmanlar bulunmaktadır (Yüce & Beyce, 2013, s. 37). Genel olarak ombudsmanlık kurumu, belli bir hizmet alanı ya da konuyla sınırlandırılmaz. Yurttıştan idarenin tüm eylem ya da işlemlerine dair şikâyet alır ve bu sorunları çözmeye çalışır. Fakat özel amaçlı ombudsmanların denetim alanı bir alanla sınırlıdır. Örneğin “parlamento, sağlık hizmetleri, yerel yönetim, insan hakları, çocuk hakları, tüketici hakları, kadın hakları, fırsat eşitliği, basın, öğrenci, engelli ombudsmanlığı gibi ombudsman türleri en yaygın olarak uygulanmakta olan ombudsmanlık türleridir” (Efe & Demirci , 2013).

Zaman içerisinde ombudsmanlık kurumuna olan ihtiyaç artmıştır. Genellikle 5 farklı ombudsmanlık türünden söz edilmektedir: (Gregory and Giddens’ dan aktaran Sezen S. , 2001 s.74):

1. Genel amaçlı ombudsmanlar: Hizmeti belirli bir alanla sınırlandırılmaz. Her konuda eylem ve işlemler hakkında şikâyetlerle ilgilenmektedir.
2. Tek veya özel amaçlı ombudsmanlar: Yönetimin belirli bir alanında, yalnızca bir şikâyetçi grubunun çıkarlarını korumakla sorumludurlar. Örneğin polis, çevre, sağlık, hapishaneler, engelliler, çocuklar, etnik azınlıklar gibi belli bir alandan sorumludur.
3. Uluslararası ya da uluslararası ombudsmanlar: Ombudsmanlık kurumu yalnızca ulusal düzeyde kullanılan bir uygulama değildir, günümüzde uluslararası örgütlerde bu denetim uygulamasını kullanmaktadır. Avrupa Konseyi, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu gibi uluslararası örgütler de çalışanların şikâyet ve sorunlarıyla ilgilenen ombudsmanlar bulunmaktadır. “Avrupa Ombudsmanı” bir uluslararası ombudsman örneğidir.
4. İnsan Hakları Ombudsmanı: Sorumluluk alanına insan hakları giren ombudsmanları niteleyen ombudsmanlardır. Latin Amerika, Doğu ve Orta Avrupa, Sahra-altı Afrika gibi bölgelerde bu tür ombudsmanlar bulunmaktadır.
5. Özel Sektör Ombudsmanı: Günümüzde ombudsmanın görev alanı kamu sektörüyle sınırlı olmaktan çıkmıştır. Özel sektörde farklı birçok kuruluş tüketicinin haklarını korumak ya da koruduğunu göstermek için bu uygulamaya yer vermeye başlamıştır (Sezen S. , 2001, s. 147). Özel sektördeki

şirketlerin çoğunda bir şirket ombudsmanı bulunmaktadır. Amaçları tıpkı kamu alanındaki ombudsmanın görevi gibi şikâyet almak ve bu şikâyetleri çözüme kavuşturmadır. Özel şirketlerde ombudsmanlar, müşteri hizmetleri stratejisine de dönüşebilmektedir (Avşar, 2012, s. 150). Günümüzde yaygınlık kazanan özel sektör ombudsmanlarından biri de “okur temsilcileri”dir. Okur temsilcileri, gazeteye yapılan okur şikâyetleriyle ilgilenen, çalıştığı gazetenin etik standartlarını yükseltmeye çalışan basın ombudsmanıdır.

2.1.3. Türkiye’de Ombudsmanlık Kurumu

Türkiye’de ombudsman benzeri bir kurumun oluşturulması 1990’lı yıllara kadar uzanır. Ombudsmanlık kurumuna dair tartışmalar ilk kez Süleyman Demirel’in Cumhurbaşkanlığından sonra gündeme gelmiştir (Büyükavcı, 2008, s. 12). Ombudsmanlık Kurumu “Kamu Denetçiliği Kanunu” adıyla Anayasa’ya girmiş ve 2012 tarihinde yasalaşmıştır. “Böylece Türkiye, bir AB adayı ülke olarak tüm AB üye ülkeleri ve aday ülkeler içinde ombudsmanlık kurumuna sahip olmayan tek ülke olma hüviyetinden kurtulmuştur” (Efe & Demirci , 2013, s. 51). Kurumun amacı, bağımsız bir şikâyet mekanizması kurmak, yurttaşların şikâyetlerini hukuka ve insan haklarına dayalı bir şekilde incelemek olarak tanımlanmıştır (Şimşek, 2013, s. 2).

Türkiye’de yapılan isimlendirmelere bakıldığında ilk zamanlar “Yurttaş Sözcülüğü” kullanıldığı, ardından “Halk Denetçisi” ve sonrasında “Kamu Denetçisi” sözcüğüne geçildiği görülmektedir. Yapılan isimlerin değişmesi tesadüf değildir; çünkü kavramların değiştiği gibi içeriğine bakış da değişmiştir. İlk iki kavramda, halka ait ve halk için devleti denetleme ve sessiz kalan halkın sözcülüğünü yapma görevini üstlenen bir denetçi algısı oluşmaktadır. “Kamu Denetçisi” kavramıysa kamuya ait ve kamu için (daha çok yönetimin iyileştirilmesi amacıyla) kamuyu denetleme görevini üstlenen bir denetçi algısı yaratmaktadır. Kavramların değişmesi, ombudsman görevlerinin de değiştiğini göstermektedir. Zaman içerisinde yaşanan bu değişim vatandaşın devlete karşı korunması, yönetimden doğan haksızlıkları önlenmesinin önemini arttırdığını da göstermektedir (Özdemir, 2015, s. 9).

Türkiye’de kamu denetçisinin seçimi TBMM tarafından yapılmaktadır. Aday olmak için gereken şartlar 6328 sayılı Kanunun 10. maddesinde belirtilmiştir. Bu maddeye göre, ombudsman adayının öncelikle Türkiye vatandaşı olması, kırk yaşını doldurmuş olması gerekmektedir. Ombudsmanların tercihen hukuk, iktisadi ve idari bilimler, siyasal bilgiler, işletme ya da iktisat fakültelerinden mezun olması beklenmektedir. Ayrıca başvuruda bulunduğu hem kamu haklarından yasaklı olmaması hem de bir siyasi partiye üye olmaması gerekmektedir (Özdemir, 2015, s. 119-120). Türkiye’de Kamu Başdenetçisi dört yıl içinde TBMM tarafından gizli oyla seçilmektedir (Yasin, 2011, s. 151). Türkiye’de ombudsmanın parlamento tarafından seçilmesi kurumun bağımsızlığına şüpheyle bakılmasına neden olmaktadır. Bunun en temel nedeni, parlamentoda yapılan seçimlerin iktidar partilerinin kontrolünde olmasıdır. Ayrıca diğer bir sorun, parlamento tarafından seçilecek bir ombudsmanın bir siyasi pazarlığın ürünü olabileceği sorunudur (Erhuman, 2000, s. 166).

Kamu Denetçiliği Kurumuna başvuruyu gerçek ya da tüzel kişiler, yazdıkları şikâyet dilekçeleriyle yapabilir. Bu dilekçeleri Kamu Denetçiliği Kurumuna veya kurumun belirttiği bürolara verebildikleri gibi posta, faks veya e-posta yoluyla da gönderebilirler. Kamu Denetçiliği Kurumuna şikâyetler Türkçe dilekçe ile yapılmaktadır ve başvuru yapan kişi kimlik bilgilerini paylaşmak zorundadır. Türkiye’de Kamu Denetçisine gelen şikâyetlerin önemli bir kısmını kamu çalışanlarının atanma, yükselme ya da haklarının gaspı gibi örnekler oluşturmaktadır (Zengin, 2017, s. 52).

Ombudsmanlık fikrini Türkiye’de savunanların yanı sıra, bu uygulamaya karşı çıkanlar da söz konusudur. Çünkü ombudsmanlık kurumunun demokrasisi gelişmiş, nüfus yoğunluğu az, ekonomik ve kültürel açıdan gelişmiş, basının etkili olduğu ve idari yargı rejiminin bulunmadığı ülkelerde başarıyla uygulandığını, Türkiye’de bu kurum oluşturulsa bile başarılı olamayacağı düşünülmektedir (Payaslıoğlu, 1969, s. 8). Ayrıca Türkiye’de ombudsmanlık kurumunun tespit ettiği hukuka aykırı durumların giderilmesinde yargı organlarına başvurabilmesi noktasında yetkisel eksiklikler bulunmaktadır (Özdemir, 2015, s. 70). Bu eksiklik, ombudsmanlık kurumunun işlevini yerine getirmesinin önünde bir engel oluşturmaktadır.

2.1.4. Okur Temsilciliğinin Tarihsel Gelişimi ve Özellikleri

Basın alanında ombudsmanlık tarihinin izleri aslında 1910'lara kadar uzanmaktadır. ABD'de ünlü bir Amerikan gazeteci olan Joseph Pulitzer'in oğlu Ralph Pulitzer tarafından 1913 yılında The New York Gazetesi'nde Doğruluk ve Tarafsızlık Bürosu (Bureau of Accuracy and Fair Play) kurulmuştur. Pulitzer'in amacı, "sarı gazeteciliğin" yayıldığı bir dönemde gazetecilik standartlarını geliştirmektir (Hamer 2013; Aktaran: Hilligoss, 2014, s. 9). Dünya'da ilk defa basın özgürlüğünü ilan eden İsveç ise basın özgürlüğü konusunda oldukça eski bir geleneğe sahiptir. İsveç'te ilk basın ombudsmanı 1969 yılında Basın Konseyi tarafından atanmıştır. İsveç Basın Konseyi, 1916 yılında kurulmuş, ilk etik kuralları 1923'de geliştirilmiştir. 1920'li yıllarda Tokyo'da yayımlanan Asahi Shimbun Gazetesi'nde okuyuculardan gelen şikâyetleri incelemek için bir komite oluşturulmuştur. Ardından Tokyo'da bulunan bir başka gazete olan Yomiuri Shimbun Gazetesi de 1938 yılında benzer bir şekilde komite oluşturmuş, 1951 tarihinde bu komite okur temsilciliği komitesi olarak adlandırılmıştır (Nauman 2005; Aktaran:Atabek, 2006).

Günümüzde uygulanan modern basın ombudsmanı hareketiyse 1967'nin başlarında, New York'un işçi muhabiri A. Raskin'in yazdığı makalelerde önerildikten sonra yaygınlaşmıştır (Nemeth, 2010). Aslında Washington Post gazetesi editörlerinden Ben H. Bagdikian halkın güvenini kazanmak amacıyla ombudsmanlık uygulamasını ilk öneren kişi olmuştur. *Esquire* dergisine yazdığı bir yazıda, ABD basınının kamuoyunun güvenini kaybettiğini yazan Bağdakian'a göre, bu güven kaybına neden olan gerekçelerin hala geçerliliğini koruyordu. Bagdikian'ın ardından New York Times gazetesinde işçi haberleri yapan A. H. Raskin bir yazı yazmıştır. Raskin bu yazısında, Bagdikian'a benzer şekilde, her gazetenin bir "Dâhili Eleştiri Bölümü" açmasını önermiştir (Baydar, 2011, s. 64-65). ABD'de ülke genelinde basına yönelik eleştiriler artarken ve dolayısıyla bir bütün olarak medyaya olan toplumsal güven azalırken ABD'nin Kentucky eyaleti Louisville kentinde yayımlanan Courier-Journal'ın Genel Yayın Yönetmeni Norman Isaacs 1967'de New York Times'de yayınlanan Raskin'in makalesini okumuştur. Bu yazıda, haberciliğin doğruluk ve dengelilik bakımından denetlenmesi için gazetelerin neden kendi içlerinde bir "özeleştirisi bölümü" oluşturması gerektiğinden söz ediyordu. Böyle bir bölümün gazetenin saygınlığını arttıracığını

düşünen Isaacs, gazetesine verdiği tam sayfa bir ilanla yardımcısı John Herchenroeder'i gazetesinin okur temsilcisi olarak atadığını duyurmuştur. Courier-Journal'ın ve Times'ın Haziran 1967'de ABD'nin ilk okur temsilcilerini atayan gazeteleri olmalarının öyküsü kısaca böyledir (JaCoby 2005; Aktaran: Aşkan, 2003, s. 75).

ABD'de 1967 tarihinde ilk defa *Louisville - Journal* ve *Louisville Times* gazetelerinde (Alemdar, 1990) takiben, "Fransa'da *Le Monde*, İspanya'da *El Pais* ve *La Vanguardia*, Hollanda'da *Volkskrant*, Brezilya'da *Folha de Sao Paulo*, İngiltere'de *Guardian* ve *Observer*, Portekiz'de *O Publico*, İsrail'de *Maariv*, Danimarka'da *Politiken*, Kanada'da *Toronto Sun*, Türkiye'de *Milliyet* ve *Sabah*, Hindistan'da *The Hindu*" (Baydar, 2011, s. 64-65) gibi daha birçok gazetede ombudsmanlık modeli uygulamaya başlanmıştır.

Ombudsman terimi aslında İsveç hükümetinin hükümet ile vatandaş arasında aracı olarak işlev görmek üzere kurduğu bir ofisten gelmektedir. Fakat Organization of News Ombudsmen and Standards Editors (ONO)'nun incelemelerine göre ombudsmanların fonksiyon adlandırmasında çeşitlilik vardır. Örneğin; ombudsman adlandırmasının yanı sıra okuyucu editörü, izleyici editörü, kamu editörü, okur temsilcisi, gazetecilik etiği danışmanı, okurun savunucusu, topluluk savunucusu gibi adlandırmalar da bu görevi tanımlamak için kullanılmaktadır (Evers, 2012, s. 230). Türkiye'deyse bu öz-denetim uygulamasına yer veren gazeteler "okur temsilcisi" adlandırmasını tercih etmektedir.

ABD'de ve İsveç'te okur temsilciliğinin ortaya çıkışının koşullarını inceleyen Arthur Nauman, her iki ülkede de okur temsilciliğinin medyaya yönelik toplumsal eleştirinin şiddetlendiği dönemlerde gündeme geldiğini tespit etmiştir. ABD'de basında öz-denetim çağrısı kendi evini temizlemeye çağrı olarak kabul edilmiştir. Bu çağrılarının yoğunlaştığı 1947 yılında Time ve Life dergilerinin kurucusu Henry Luce, basın sorularını incelemek için gazeteci olmayan bir grup insanı biraraya getirmiştir. Bu topluluğun oluşturduğu Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu adını, başındaki kişi olan ve o sıralarda Chicago Üniversitesi'nin rektörlüğünü yürüten Robert Maynard Hutchins'den almıştır. Özel sektör ve liberalizm yanlıları tarafından desteklenen Hutchins Basın Özgürlüğü, uzun çalışmalardan sonra basının kendi öz-denetim uygulamalarını ortaya koymaları gerekliliğine karar vermiştir. Aksi durumda hükümet bu

denetimi yasalar yoluyla yapar, şeklinde bir uyarı yayımlayan Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu toplantı sonrasında “basını iyileştirmenin en etkili yollarından birinin basının kendisinin tıkadığı” yargısına ulaşmıştır. Komisyon, basını ve dolayısıyla gazetecileri bir tür yazılı olmayan yasalar nedeniyle yanlışları görmezden geldiği için suçlamıştır. Komisyon bulguları görmezden gelinmiş, 1960’larda da ABD kamuoyundaki basın karşıtı ruh hali büyüyerek devam etmiştir. Bunun nedeni kitle iletişim araçlarının hızla büyümesi, alanda yaşanan tekelleşme, basına olan güvenin azalması ve tüm bu yaşananlara duyulan tepkilerden kaynaklanmıştır (Neuman 2005; Aktaran: Aşkan, 2003, s. 74-75).

Büyük gazeteler bünyelerinde ombudsmanlık kurumuna, özellikle okurla ilişkilerini geliştirmek ve güvenlerini kazanmak için yer vermeyi tercih ederken, küçük basın kuruluşları maliyet gerekçesiyle bünyelerinde okur temsilciliğine yer vermemektedirler. Tirajı yüksek olan gazetelerde ombudsmanlık konumu, genellikle okur ve gazete arasında yaşanan güven krizini takiben ortaya çıkmaktadır. Örneğin, 2003 yılında New York Times Gazetesi’nde çalışan bir gazetecinin yalan ve uydurma haberler yaptığı ortaya çıkmış, bu durumun ardından gazete ombudsman atamak zorunda kalmıştır (Maurus, 2008, s. 76). Ombudsmanın araştırmaları sonucunda New York Times Gazetesi’nde muhabir olarak görev yapan Jayson Blair’in 2002 ve 2003 yıllarında yapmış olduğu 73 haberin 36’sının gerçekleri yansıtmadığı ortaya çıkmıştır (Sazak, 2009). Blair’in yaptığı asparagas haberlerin ortaya çıkmasıyla birlikte, gazete bu muhabiri hemen işten çıkarmış ve New York Gazetesi yıllarca ombudsman buldurmaya karşı çıkmış olsa da gazeteye ombudsman atamak zorunda kalmıştır.

2.1.5. Dünyada Okur Temsilciliği Uygulamaları

Dünya genelinde basın alanında ombudsmanlık uygulamasının iki farklı biçimde uygulandığını görmekteyiz. Bunlardan biri, İskandinav ülkelerinden İsveç’te diğeri ise, ABD’de uygulanan modeldir (Özgen, 2012, s. 30). İsveç’te ombudsman, okuyucuların şikâyetlerini ilettikleri, hükümetle bağı olmayan bir kurumdur. “Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcisinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilmekte ve maaşı Yayıncılar Derneği’ndeki gazeteciler

tarafından ödenmektedir” (Alemdar, 1990 Aktaran:Özgen, 2012, s. 30). Ombudsmanlık uygulaması ABD’de İsveç’te uygulandığı gibi değildir. Burada ombudsman, basın kuruluşlarına bağlı bir biçimde görevlendirilirler. Yani her basın kurumu kendi içinde öz-denetimini sağlayacak ombudsmanı kendi isteğiyle görevlendirir. Türkiye’deki uygulama da ABD’deki uygulamaya benzemektedir (Özgen, 2012, s. 31). İsveç’teki basın ombudsmanı bağımsız kamusal otorite olmasını ve kurumsallaşmasını sağlayacak bir yasaya sahiptir. Enformasyon Özgürlüğü adındaki bu yasa basını özgür ve bağımsız olmaya teşvik eder niteliktedir. Ombudsman, bu yasadaki aldığı güçle kamuoyunun şikâyetleri konusunda hızla düzenleyici işlevini yerine getirmektedir (Peters 1999: 71; Aktaran: Atabek, 2006, s. 76).

Okur temsilciliği, dünyanın önde gelen ve tirajı çok yüksek olan gazetelerinde yaygın olarak uygulanmaktadır. New York Times, Guardian, Washington Post gibi gazeteler bu gazetelerden yalnızca birkaçıdır. Zeynep Alemdar, Dünyada ombudsmanlık uygulamalarının özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında belirgin derecede farkın göze çarptığını belirtmektedir. “Gelişmiş ülkelerde devlet denetimi dışında, gazetecilerin ve örgütlerinin geliştirdiği uygulamalar ön plana çıkarken, gelişmekte olan ülkelerde devlet müdahalesi, siyasal iktidarların basına yön verme amacıyla özdenetim uygulamalarına karışmaları dikkat çekmektedir” (Alemdar, 1990, s. 56). Bu durumun yanı sıra ombudsmanların görevleri arasında da belirgin farklar olduğunu belirtmek gerekir.

Peter McEveoy ve Christiana Elia’nın yaptığı iki farklı araştırma, dünyadaki ombudsmanlık uygulamalarına dair önemli bilgiler vermektedir. Bu iki araştırmada elde edilen bulgulara göre, ombudsmanlık görevine genellikle gazeteciler getirilmektedir. Araştırmanın en önemli bulgularından biri de gazetecilerin bu göreve getirilmeden önce gazetelerde uzun süre çalıştıkları, yönetici pozisyonunda görev aldıklarıdır. Bunun yanı sıra “Avrupalı ombudsmanlar, Anglo-Sakson ve Latin Amerikalı meslektaşlarına göre daha yaşlıdır. Avrupa’da ve Latin Amerika’da ombudsmanlar, genelde yarı zamanlı çalışırken Anglo-Sakson ülkelerindeyse tam zamanlı çalışırlar” (Meens, 2010, s. 155-156). İsviçre’de yalnızca bir ombudsmanlık

kurumu varken, ABD’de her kuruluş ombudsmanları eski kıdemli editörlerden seçer, Japonya’daysa ombudsmanlar komiteler şeklinde çalışırlar.

2.1.6. Okur Temsilcisinin Nitelik ve Özellikleri

Gazeteciliğin tarafsızlık, bağımsızlık, objektiflik gibi temel kilit değerleri, okur temsilciliği için de geçerlidir. Gazete içerisinde etik öz-denetimi sağlamakla görevli olan okur temsilcilerinin en önemli özellikleri, bağımsız olmalarıdır. Fakat okur temsilcisinin maaşını çalıştığı kurumdan alması tartışmalı bir konudur ve bu nedenle bağımsızlığına şüpheyile yaklaşılmaktadır. Okur temsilcisinin maaşını çalıştığı kurumdan alması, gazete sahibine ve kurumdaki yöneticilere karşı bağımsızlığının önünde engel olacağı iddia edilmektedir (Avşar, 2012, s. 187). Véronique Maurus okur temsilcisinin bağımsız davranabilmesi için çeşitli medya örgütleriyle, herhangi bir gazete kliğiyle, sendika, politik partiyle, yakın bir ilişki içerisine girmemesi gerektiğinin altını çizerek (2008, s. 78). Okur temsilcisi çalıştığı kurumdan hiç kimseye karşı, özellikle gazetenin patronuna ya da genel yayın müdürüne karşı, kendisini sorumlu hissetmemelidir. Okur temsilcisinin bağımsız olması aslında hem gazetenin hem de gazetecinin sahip olmak zorunda olduğu bir niteliktir. Milliyet Gazetesinde okur temsilciliği yapmış olan Derya Sazak, ONO Başkanı Stefan Pritchard’ın ombudsmanlık kriterinin dürüstlük olduğunu, ombudsmanın bilgi kirliliği, hak ihlallerine karşı dürüst ve adil olması gerektiğini belirtmiştir (Akgül, 2014b).

Basın kuruluşunda çalışan okur temsilcisinin gazeteci olması zorunlu değildir, fakat etik özdenetim sağlayabilmesi için gazetecilik meslek etik kodlarını iyi bilmesi gerekir. Okur temsilcisi gazete işleyişini, gazetede çalışanların görevlerini, sorumluluklarını bilmeli ve gelen eleştirileri ona göre değerlendirmelidir. Basın etiğiyle ilgili güncel gelişmeleri takip etmeli ve gerektiğinde basın etiğine zarar verecek durumları engellemek için etik ilkeler oluşturmalı, bu ilkeleri basın çalışanlarıyla paylaşabilmelidir. Çünkü hem işin mutfağını bilmek hem de gazeteciler tarafından kabul görmek açısından gazeteci olmaları bir takım avantajlar sağlamaktadır. Ombudsmanlar, genellikle gazetecilik mesleğini uzun süre, yapmış gazeteciler arasından seçilmektedir. Fakat bu göreve getirilenler arasında akademisyenlik yapmış

olan kişiler de bulunmaktadır. Ombudsmanlık görevini üstlenen bu iki meslek grubunun hangisinin gazetecilik alanında daha başarılı olduğu tartışma konusudur. Ombudsmanlık görevinden önce akademisyenlik yapmış olanların bağımsızlığa daha fazla önem verdikleri iddia edilmektedir. Fakat aynı zamanda aldıkları en önemli eleştiri de teoriye çok odaklandıklarıdır. Bu nedenle “yayıncılar ve editörler arasında ağır basan tercih, geçmişinde sağlam bir kariyere sahip olan, mesleki dürüstlüğü önemseyen ve gazeteciliğin değerlerine bağlı ombudsmanlardan yanadır” (Baydar, 2011, s. 72).

Gazete yönetimi bir okur temsilcisi atamaya karar verdiğinde, genellikle gazete içinde çalışan deneyimli bir gazeteciyi okur temsilcisi olarak atamayı uygun bulur. Fakat Washington Post ve New York Times Gazetelerinin yaptığı gibi, kuruluşun dışında işe alınan okur temsilcileri de bulunmaktadır. Bu gazetelerin kurum dışından birini tercih etmelerinin nedeni, okur temsilcisinin bağımsızlığını garantilemektir. Her iki tercihin de avantajlarının ya da dezavantajlarının olduğunu söylemek mümkündür. Örneğin dışarıdan birinin getirilmesi, kurum içerisinde o kişinin diğer çalışanlar tarafından kabul edilmesini zorlaştırabilir. Kurum içerisinde çalışan birinin de uzun süre bu kurumda çalıştığı için ve çalışanlarla yakın ilişkiler kurduğu için tarafsız olma konusunda sorunlar yaşayabileceği düşünülmektedir (Baydar, 2011, s. 80-81).

2.1.7. Okur Temsilcilerinin Görev ve Yetkileri

Basın ombudsmanlarının görevleri, buldukları ülkelere ve çalıştıkları medya kuruluşlarına göre değişiklik gösterse de, Faruk Bildirici’ye göre okur temsilcilerinin asli görevi, “yüksek kalitede gazetecilik yapılmasına katkıda bulunmak”, “haber kuruluşundaki sorumluluk bilincini yükseltmek”, “etik standartları gözetmek” ve “basın özgürlüğünü korumak”tır (2018, s. 11). Okur temsilcileri görevlerini yerine getirebilmek için öncelikle okuyucularla ve kurumda çalışanlarla iletişimini güçlendirir. Amaç, “kullananlara bir irtibat noktası sunmak ve öz-eleştirmeyi cesaretlendirmek, özellikle eğer haberin iyi değilse, haberin çıktısının (kaynağının) güvenilirliğini arttırmaktır” (Maurus, 2008, s. 71).

Okur temsilcisinin amacı, haber üretim sürecinin şeffaflığını sağlamaktır. Okur temsilcisi okuyuculara görüşlerinin önemsendiğini hissettirerek okurla bir güven ilişkisi kurmayı sağlar (Baydar, 2011, s. 70). Okur temsilcisi, okur ile medya kuruluşu arasında köprü rolünü üstlenir; “okurların beklentileri ile gazetecilerin sorumlulukları arasında “aracı”lık yapar. Okurların içeriğe ilişkin görüş, öneri ve şikâyetlerini objektif bir gözle inceler ve sonuca ulaşmasını sağlar. Ayrıca okurların çıkarlarını en yüksek düzeyde gözetmeye çalışır (Bildirici, 2018, s. 11-12).

Okur temsilcilerinin gazete içerisindeki temel uğraşlarından biri de gazetelere gelen şikâyetlerdir. Şikâyetler genellikle mektupla, e-posta ile, telefonla, v.s gelir ve okur temsilcisi ilk olarak bu şikâyetlerin gerçek olup olmadığına karar verir (Maurus, 2008, s. 74). Okur temsilcilerinin öncelikli görevi, okurlardan gelen şikâyetleri almak ve haftalık olarak köşesinde bu şikâyetleri tartışmaktır. Okur temsilcilerinin okurlardan gelen şikâyetleri alması, bu şikâyetleri muhataplarına iletmesi ombudsmanın bazen günlerini alabilmektedir. Genellikle okur temsilcilerinin görevleri okurlardan gelen şikâyetleri incelemekle sınırlandırılmaktadır; fakat okur temsilcileri aynı zamanda gazetelerdeki haberleri, bu haberlerde kullanılan görselleri ve köşe yazarlarının yazılarını da denetleyerek ekibe ya da yayın yönetmenine bilgi verirler. Ombudsman okurların sorunlarını, yorumlarını ve şikâyetlerini araştırırken aynı zamanda editörlerin ve diğer çalışanların şikâyetlerle ilgili açıklamalarına ve gerekçelendirmelerine de yer verebilmektedir. Okur temsilcisi, kendisine gelen tüm şikâyetleri incelemeye çalışsa da çok fazla şikâyet olduğu için hepsine yanıt vermesi zorlaşabilmektedir. Özellikle tirajın yüksek olduğu gazetelere gelen şikâyetler çok fazla olabilmektedir. Son zamanlarda dijital platformlarda çevrimiçi haberlerin okunma oranlarının artmasıyla birlikte okur temsilcisine gelen şikâyetlerde yoğunlaşmıştır (Baydar, 2011, s. 72-75).

Okur temsilcisi, okurla gazete arasında arabuluculuk yapabilir. Şikâyetlerin çözüme kavuşması gazeteye açılacak bir davayı önceden engelleyeceği için gazete maliyetli davalardan da kurtulmuş olacaktır (Avşar, 2012, s. 191). Özdenetim kuruluşlarının iki tarafı uzlaştırmak için bir araya getirip olayları düzeltme ya da özür dileme gibi yollarla genellikle daha iyi sonuçlar alınmaktadır (Gore, 2008, s. 34). Bir okur temsilcisinin okuyucunun şikâyetlerini ciddiye alması ve eleştirilere yeterince tepki vermesi, bir

okuyucunun veya izleyicinin basın konseyine veya mahkemeye şikâyetinde bulunmaktan da alıkoymaktadır (Evers, 2012, s. 228). Okur temsilcisi, okur ile medya arasında aracılık yaparken, etkili olmak ve çalışanla da bağlantısının iyi olmasını istiyorsa, eleştirilerini zorla kabul ettirmeye çalışmaz (Maurus, 2008, s. 75). Zaten okur temsilcilerinin yaptırım gücü yoktur, bu nedenle yapılan yanlışlarla ilgili yalnızca çözüm önerilerinde bulunabilirler. Yapılan yanlışlığın haber yapılmadan önce önlenmesi imkânsızdır, “çünkü ombudsman tarafsızlığını koruyabilmek için gazetenin hazırlanma aşamasına katılmaz” (Alemdar, 1990, s. 29).

Okur temsilcileri, gelen eleştirileri basın etiğine uygun bir biçimde cevaplandırarak basın etiğine de katkıda bulunur. Çünkü okur temsilcisi kendisini “basın etiğine uygun gazetecilik yapmak konusunda” sorumlu hisseder (Avşar, 2012, s. 185). Okur temsilcileri, kendisine gelen soruları ve şikâyetleri değerlendirirken çeşitli “mesleki etik ilkeleri” ile ilgili metinler kullanırlar. Bu metinler arasında kendi hazırladıkları etik ilkeler de bulunmaktadır. Fakat şikâyetlerin değerlendirilmesi sürecinde kurumun kendi yayın ilkelerinin kullanılması tercih edilmektedir (Maurus, 2008, s. 74).

Okur temsilcileri, haftalık yazılarında basın etiğine aykırı durumları tespiti yer verirken aynı zamanda okuyucularını basın etiği konusunda da bilgilendirmiş olurlar. Bu durum, okurun basın etiği konusunda bir bilgi birikimiyle haber okumasını sağlamakta, okurda bir farkındalık yaratmaktadır. Okuyucu her hafta medyada ne tür etik sorunların olduğuna ilişkin yazılar okudukça, artık haber okuma ve yorumlama biçimleri değişmektedir. Ayrıca bu durum, yalnızca okurların değil; aynı zamanda habercilerin kamu sorunları konusunda farkındalıklarını da artırır (Avşar, 2012, s. 191). Bunun yanı sıra muhabirler, hatalarını eleştiren birinin olduğunu bildiklerinde daha dikkatli olurlar.

2.1.8. Okur Temsilcilerinin Basın Etiğine Katkısı

ABD’de bulunan National Public Radio’nun ombudsmanı Alicia Shepard, basın özgürlüğüyle ombudsman arasında bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Shepard konuyla ilgili Estonya örneğini verir. Estonya, 2004 yılında diktatörlükten çıkarak bağımsızlığını kazanmış ve Avrupa Birliğine katılmıştır. Hükümetin bu süreçte kamu

radio ve televizyonları için bir Ombudsman konumu oluşturmuş ve bu pozisyona ilk gelen isim de Tarmu Tammerk olmuştur. Shepard'a göre bir haber kuruluşunun ombudsmana sahip olması, o ülkede basın da özgür olduğu anlamına gelmektedir (Shepard, 2008). Okur temsilciliği sadece okur ve gazete arasındaki ilişkiye aracı olmakla ilgili bir sorumluluk değildir. Derya Sazak'a göre okur temsilcileri, etik gazetecilik için mücadele ederken aynı zamanda nefret söylemlerine karşı duran, hukuka, insan haklarına uygun bir gazetecilik pratiğini de ortaya koymaktadır (Akgül, 2014b).

Gazetecilik alanında öz-denetimin tartışmalarında en belirgin vurgu, tarafsız bir gazetecilik pratiğinin geliştirilmesi ve nihayetinde demokrasinin gelişimine katkıda bulunması üzerinedir. Özdenetim mekanizması gazete içerisinde yaşanan etik ihlalleri tespit ederken bu sorunların tekrarlanmasına engel olmak için bir çaba ortaya koymaktadır. Okur temsilcisi, gelen şikâyetleri dikkate almakla sorumludur; fakat harekete geçmesi için yalnızca şikâyetleri beklemez, kendi tespit ettiği sorunları da köşesine taşıyabilmektedir.

ONO (Organization of News Ombudsmen and Standards Editors)¹² bir gazete veya yayıncının neden bir kamu denetçisine sahip olmalıdır sorusuna şu yanıtları vermektedir:

- Hassasiyeti, adaleti ve dengeyi gözeterek haberlerin kalitesini arttırmak için.
- Okurlar için haberlerin daha erişebilir ve hesap verebilir olması sağlamak ve böylece daha güvenilir olmak için.
- Kamuoyunun kaygıları hakkında, haber profesyonellerinin farkındalığını arttırmak için
- Şikâyetleri ve diğer soruları sorumlu olan tek kişiye yönlendirerek, editörler ve üst düzey editörler veya yayıncılar ve haber müdürlerinin zamandan tasarruf sağlaması için
- Avukatlara gidecek şikâyetleri ve masraflı davaları çözümlmek için.

¹² <https://www.newsombudsmen.org/>

2.1.9. Haber Ombudsmanları ve Standart Editörleri Örgütü (ONO)

Haber Ombudsmanları ve Standart Editörleri Örgütü (Organization of News Ombudsmen-ONO) gazetecilikte etik standartları yükseltmek amacıyla 1980 yılında kurulmuş uluslararası bir örgüttür. Ombudsmanlar, 1980'den itibaren de Haber Ombudsmanları Örgütü çatısı altında örgütlüdür. Farklı ülkelerden üyelere sahip olmakla birlikte üyelerin çoğunu ABD'den gelen üyeler oluşturmaktadır. Dünya genelinde ombudsmanlar, iki yılda bir ABD'de her yılda farklı bir ülkede toplantı düzenlerler (Meens, 2010, s. 154).

ONO'nun amacı şu şekilde belirtilmiştir (Avşar, 2012, s. 193):

1. Hizmet götürdüğü insanlar nezdinde itibarını arttırmak amacıyla gazetecilik mesleğinin yüksek etik standartlara ulaşması ve bunları sürdürmesi için yardım etmek.
2. Haber ombudsmanlığı veya okuyucu temsilciliği görevi için standartlar kurmak ve bunları sadeleştirmek,
3. Gazetelerde ve diğer medya araçlarında haber ombudsmanlığı görevinin daha geniş tesisi için yardım etmek,
4. Üyeler arasında tecrübe, bilgi ve fikir alışveriş sağlayan bir forum düzenlemek,
5. Yayınevleriyle, yayıncılarla, basın konseyleriyle ve diğer meselede ki örgütlerle bağlantı kurmak, özel ilgi guruplarına konuşmacılar sağlamak ve medya soruşturmalarına cevap vermek.

ONO başta ombudsmanlar olmak üzere gazetecilik sorunlarıyla ilgilenen herkesin katıldığı yıllık konferanslar düzenler. Bu konferanslarda güncel gazetecilik sorunlarıyla ilgili seminerler, paneller ve konuşmacıları içerir. ONO üyeleri, gazetecilik alanında yaşanan sorunların nasıl ele alınacağıyla ilgili deneyimlerini ve tavsiyelerini paylaşırlar (ONO). Konferanslar genellikle üyelerin bulunduğu ülkelerde düzenlenmekte ve yaklaşık iki gün sürmektedir. Türkiye'de ONO konferansı ilk kez 2003 yılında Milliyet Gazetesi ev sahipliğinde İstanbul'da gerçekleşmiştir. ONO yıllık konferanslarının yanı sıra yıl içerisinde üyeleriyle görüşmeler ve mini toplantılarda gerçekleştirmektedir.

ONO'nun düzenlediği konferanslarda değişen haber pratikleri, ombudsmanların karşılaştıkları sorunlar tartışılmaktadır. Bu toplantılar İstanbul, Hamburg, Paris, Chicago, Barcelona, Montreal, Salt Lake City, Hindistan, Los Angeles, Kopenhag, San Diego gibi şehirlerde gerçekleşmiştir. Konferans konuları arasında gazetelere olan güvenilirlik, gazetelerde yaşanan çıkar çatışmaları, haber kaynakları konusunda yaşanan sorunlar, özel yaşamın gizliliğinin ihlal edildiği durumlar, azınlıkların, etnik grupların haberlerdeki temsili gibi başlıklar yer almıştır (Lubrano, 2005 Aktaran: Aşkan, 2003, s. 84).

Okur temsilcileri görevlerini gerçekleştirirken ONO'nun belirlediği kurallardan yararlanırlar. ONO'nun okur temsilcileri için belirlediği misyon aşağıdaki gibidir:¹³

1. Ombudsman, gazetecilik meslek ilkelerine uygun gazetecilik yapılmasını sağlayarak gazetecilik mesleğinin itibarını korumaya çalışır.
2. Ombudsman, çalıştıkları kurumları şeffaflığa teşvik eder.
3. Ombudsman, kurumda çalışanları kaliteli gazeteciliğe teşvik etmek için çalışır.
4. Ombudsman, okuyucudan şikâyetler alır ve bu şikâyetleri araştırmak için çalışır.
5. Ombudsman, okurlardan gelen şikâyetler sonucu ortaya çıkan sorunları çözmek için uygun bir eylem önerisinde bulunur.
6. Ombudsman, çıkar çatışması yaratabilecek bir durumu reddeder tarafsız ve adil olmaya çalışır.
7. Ombudsman, gazeteciliğin sorumluluklarını ve yükümlülüklerini açıklayarak okuyucuyu basın etiği konusunda bilgilendirir.

2.1.10. Türkiye’de Okur Temsilciliğinin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de 90’ların başında basında özdenetim üzerine arayışlar ve tartışmalar artmıştır. Örneğin, bu yıllarda basında öz denetimin sağlanması amacıyla Basın Konseyi’nin kurulması ön görülmüştür. Basın Konseyi, Basın Meslek İlkeleri temelinde 6 Şubat 1988’de kurulmuştur. Uğur Mumcu ve Kemal Balcı, Basın Konseyi kurulması fikrine

¹³ <https://www.newsombudsmen.org/>

karşı çıkmışlardır. Çünkü Türkiye’de basın özgürlüğünün sağlanmadığı bir ortamda kurulacak olan özdenetim kuruluşlarının başarısız olacağını savunmuşlardır. Basın Konseyi kuruluş itibariyle basın özgürlüğü için mücadele etmiş; fakat “2000 yılından sonra Konsey iktidara karşı basını, basına karşı kamuoyunu koruma görevini ikinci plana atmış, özdenetim mekanizmasından beklenmeyecek şekilde ideolojik bir meslek grubuna dönüşmeye başlamıştır” (Arvas, 2014, s. 233-234).

Basın etiği tartışmalarının yükseldiği bu süreçte basın kuruluşları kendi bünyelerinde yayın ilkeleri belirlemiştir. Doğan Medya Grubu 1999 yılında bu duruma öncülük etmiştir (Arvas, 2014, s. 165). Türkiye’de basın alanında ombudsmanlık uygulaması da bu çabaların bir sonucudur ve tarihi çok eski değildir. Uzun süredir Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilciliği yapan Faruk Bildirici’ye göre, Türkiye’de ombudsmanlık ile medya etiği konusundaki arayışlar birbirine paralel gelişmiştir. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti’nin 18 Kasım 1998’de açıkladığı “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”, medya mensupları arasında yaygın kabul görmüş ardından Milliyet Gazetesi, içeriğini ombudsman denetimine açan ilk gazete olmuştur. 1999 yılında gazeteci Yavuz Baydar ilk ombudsman olarak Milliyet Gazetesi’nde göreve başlamıştır (Bildirici, 2018).

Yavuz Baydar, 22 Mart 1999’da “biz bize” adını taşıyan köşesinde okur temsilcisi olarak ilk köşe yazısını yayımlamıştır. Baydar “Bu Sayfa Sizin Sayfanızdır” başlıklı yazısında (1999) tüketicisi olan her ürün gibi gazetelerin de mutlaka bir kalite kontrolden geçmek zorunda olduğunu ifade etmiştir. Baydar’a göre dünyada gazeteler bir değişim yaşamaktadır ve okur temsilciliği uygulaması da bu değişime uyum sağlamakla ilgilidir. Baydar, Milliyet Gazetesi yönetiminin “okur temsilcisi” atamasının sebebini şöyle açıklıyor:

“Yönetimin amacı Milliyet’i daha iyi bir gazete yapmak. Hem “güvenilirlik” özelliğini pekiştirmek, hem de mesleğimize tevazuyla sahip çıkmak. Bize görüşlerinizi aktarırken, Türkiye’de basının artık size kulak verdiğine tanık olacaksınız. Sizler gazetenin kalite düzeyini yükseltme savaşımında bize ilginizle katkıda bulunurken, Milliyet’te günlük iş akışında hangi kararların nasıl alındığını, ürünün nasıl çıktığını da görmüş olacaksınız. Daha önemlisi: “Ürün hakkında benim bilgim ve söz hakkım var” düşüncesi bir hayal değilmiş göreceksiniz” (1999).

Yavuz Baydar Milliyet Gazetesi'ne Okur Temsilcisi olarak atanmadan önce 1996-1998 yılları arasında yine Milliyet Gazetesi'nde editör olarak görevlendirilmiştir. 1999-2004 yılları arasında Milliyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapan Baydar, 2004 yılında Milliyet'in sürmanşetten verdiği bir haberi köşesinde yalanlayınca işten çıkarılmıştır (Akgül, 2013).

2004 yılının Eylül ayında Milliyet Okur Temsilciliği görevine yine bu gazetede köşe yazarı olan Derya Sazak getirilmiştir. Derya Sazak, gazetenin "yayıncısı" tarafından atandıktan sonra Mehmet Yılmaz, Sedat Ergin ve Tayfun Devecioğlu'yla çalıştığını ve bu üç dönemde işine karışılmadığını, hatta Sedat Ergin'in kimi zaman kritik bulduğu olaylarda kendisinin ombudsmana başvurduğunu belirtmiştir. Sazak için en sıkıntılı dönem Yavuz Baydar'ın işten çıkarıldığı dönem olmuştur.

En sıkıntılı olduğum dönem, Yavuz Baydar işten çıkarılıp ombudsman olduğum sırada, Londra'da yapılacak Dünya Ombudsmanlar Birliği (ONO) toplantısına katıldığım sıradaydı. Yavuz ONO'nun eski başkanıydı. Daha birkaç yıl önce, ONO toplantısı İstanbul'da Doğan Medya Grubu'nun ev sahipliğinde yapılmıştı. Organizasyon, gazete ve televizyonların okur denetimine açık olduğunu taahhüt eden dünyanın saygın kuruluşlarını bünyesinde barındırıyordu. İngiltere'den Guardian, Independent, BBC, Fransa'dan Le Monde, İspanya'dan El Pais, İsveç, Norveç gibi düşünce özgürlüğünün tavan yaptığı ülkelerin medyaları, ABD'den New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, NPR, Avustralya, Brezilya'dan Orta Amerikan temsilciler. Salt bağımsız medya platformu değil, demokrasi ve düşünce özgürlüğü ligiydi ONO. Rusya, Çin, eski Doğu Avrupa ülkeleri gibi, medya sicili hâlâ bozuk ülkelere temsilciler üye olamıyorlardı. Türkiye ise AB müzakere süreci nedeniyle ilgi ve destek vardı. Böyle bir ortamda ONO'nun eski başkanı Milliyet ombudsmanının atılmış olması "felaket" bir gündem maddesiydi. Yavuz Baydar'la ilgili bütün bir öğleden sonra "özel oturum" maddesi konuşulmuştu. Milliyet'in ONO'dan çıkarılması da kaçınılmaz olarak tartışılacaktı. Hanzade ve Vuslat Doğan Milliyet'in Londra'da prestijini koruyarak dönmesi için bir dizi telefon görüşmesi yaptılar ONO yönetimiyle (Sazak, 2017, s. 218-219).

2011 yılında Doğan Holding'in sahip olduğu Milliyet Gazetesi, Demirören Holding tarafından satın alınca, birçok gazetecinin görevlerine son verilmiştir. Derya Sazak son olarak yayınladığı "Gezi Direnci" ve "İmralı Zabıtı" yazılarından sonra Milliyet Gazetesi'ndeki görevine son verilmiştir. Derya Sazak'tan sonra 2013 yılında Milliyet

Gazetesi Okur Temsilciliği görevini gazetede çalışan Belma Akçura üstlenmiştir. Akçura hala bu görevi devam ettirmektedir.

Yavuz Baydar 2004 yılında Milliyet Gazetesi'nden çıkarıldıktan sonra Sabah Gazetesi'nde Okur Temsilciliği yapmaya başlamıştır. 19 Temmuz 2013'te New York Times Gazetesi'nde Baydar'ın "Türkiye'de Medya Patronları Demokrasinin Altını Oyuyorlar" başlıklı bir yazısı yayımlanmıştır. Bu yazının ardından Baydar'ın görevine son verilmiş ve bu göreve gazete de çalışan İbrahim Altay getirilmiştir. Ayrıca Yavuz Baydar'ın Türkiye'de yaşanan Gezi Parkı eylemlerinde yazdığı iki yazısı sansürlenmiştir. Baydar'ın 22 Temmuz 2013'te yayımlanmak üzere gazeteye yolladığı ve "Birkaç haftalık aradan sonra bu köşede yine birlikteyiz" diye başlayan yazısında okurlara ait köşeye uygulanan sansürün "dünya medya tarihinde ilk olarak" olduğunu belirtmiştir (Akgül, 2013). Yavuz Baydar, işten çıkarıldıktan sonra ONO, Sabah Gazetesi'nin kararını eleştiren bir yazı yayımlamıştır. ONO Başkanı Stephen Pritchard bu durumun "Türk medyasının kendi gazetecilerini büyük bir çabayla susturma teşebbüsüne bir örnek olduğunu ve bunun gazetecilik etiğinin bütün prensiplerine karşı olduğunu" (Akçura, 2013) vurgulamıştır. Pritchard, Baydar'ın görevinden alınmasıyla ilgili şu açıklamayı yapmıştır:

"Baydar, Türkiye'de basın özgürlüğünün savunucusu olmasıyla uluslararası alanda tanınmıştır. Gazeteciler üzerindeki baskı, demokrasiye ciddi şekilde zarar veren çok üzücü seviyelerdeki yozlaşmayı ortaya çıkarmıştır. Türkiye, bu davranış şekli devam ettiği sürece kendini demokrasi ülkesi olarak tanımlayamaz. Biz Baydar'ın hemen görevinin iadesi için çağrıda bulunuyoruz"(Akçura, 2013).

Türkiye'de okur temsilciliği uygulamasına yer veren gazeteler az sayıdadır. Milliyet, Hürriyet, Sabah ve Cumhuriyet gibi gazetelerin yanı sıra kısa bir süreliğine de olsa Vatan, Yeni Şafak ve Star gazeteleri de okur temsilcilerine yer vermiştir. Zaman Gazetesi benzer bir uygulama için "okur editörü" adlandırmasını kullanmıştır. Zaman Gazetesinde bu görevi beş yılı aşkın bir süre Hasan Sutay üstlenmiştir. Sutay, okur editörlüğü görevini üstlenmeden önce Zaman Gazetesinde muhabirlik, yazarlık ve muhasebecilik görevlerini yerine getirmiştir (Efe, 2012).

Hürriyet Gazetesi, ilk defa 2002 yılında Doğan Satmış'ı okur temsilcisi olarak atamıştır. Satmış'ın bu görevden ayrılmasından sonra da bir süre Temuçin Tüzecan okur temsilciliği yapmıştır. Ardından 9 Nisan 2010 yılında bu görevi Faruk Bildirici devralmıştır (Bildirici, 2018, s. 12). Cumhuriyet Gazetesi, ilk defa 2013 yılında, uzun süredir gazetede çalışan ve son olarak Yazı İşleri Müdürü olarak görev yapan Güray Öz'ü okur temsilcisi olarak görevlendirmiştir. 2016 yılında Güray Öz tutuklanınca okur temsilcisi köşesi bir süre boş kalmıştır.

3. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ

Gazetelerde ombudsmanlık uygulamasının nasıl işleyeceği konusunda ONO dünyanın her yerinde medya ombudsmanlarının uyması için kılavuzlar yayınlamıştır. Ombudsmanlık uygulamasının gazetelerde nasıl uygulanacağı ONO tarafından belirlense de uygulandığı ülkelere göre hem farklı adlandırılmakta hem de farklı biçimlerde işleyiş gösterebilmektedir. Bu bölümde okur temsilciliğinin Türkiye’de hangi amaçla ve nasıl ortaya çıktığının bilgisi verilirken aynı zamanda okur temsilcilerinin hem gazetecilik alanını hem de okur temsilciliğini nasıl tanımladıkları, alandaki mücadeleleri, bu mekanizmanın uygulanabilirliği onlarla yapmış olduğum görüşmelerden elde ettiğim bulgular çerçevesinde tartışılmıştır. Bu tartışmayı yürütürken gazetelerin güven kazanmak için bir stratejiye dönüştürdükleri okur temsilciliğinin zaman içerisinde, ekonomik alanın ve siyasal alanın müdahaleleriyle işlevsizleştirilmesi okur temsilcilerinin deneyimleri üzerinden tartışılmıştır.

3.1. 1990’LARDA BAŞLAYAN GAZETECİLİK KRİZİ VE BİR ÖZDENETİM ÇABASI OLARAK OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN ORTAYA ÇIKIŞ ÖYKÜSÜ: ÖZERKLİĞİN KAZANILMASI, ALANIN ORTAYA ÇIKIŞINDAKİ KRİTİK EVRE

Okur temsilciliği uygulamasını, gazetecilik alanının tarihsel süreç içerisinde yaşadığı dönüşümlerin sonucu olarak düşünmek gerekir. Gazetecilik alanında ombudsmanlık mekanizmasının uygulanmasında önemli yeri olan ve uzun yıllar okur temsilciliği yapan Yavuz Baydar’a göre, öncelikle uygulamanın ortaya çıkışının arka planını anlamak gerekmektedir. Baydar’a göre, 70’lerde sembol haline gelen gazeteler ve gazetecilerin 80’lerle birlikte yok olmaya başlaması, bir dönemin sonunu getiren dönüşümler basında öz-denetim ihtiyacının gerekliliğini ortaya koymuştur.

“Bildiğimiz gazetecilik 1970’lerde Abdi İpekçi’nin öncülüğünü yaptığı ve sembolü olduğu 1980’lerde de benim de içinde yer aldığım Cumhuriyet Gazetesi’nin içinde

yer aldığı bir gazetecilikti. Bunlar aslında ana akım gazetecilik diyeceğimiz gazetecilik pratikleriydi. Çünkü biraz referans gazeteleriydi bunlar 1971’lerde. Cumhuriyet 1980’lerde. Başvuru gazetesi, yani gerçeklerin ana gündemin öğrenildiği ve oldukça çoğulculuğa açık diyebileceğimiz bir alandı bu gazeteler. Bu durum değişti, işte Abdi İpekçi’nin öldürülmesinden sonra Milliyet çöktü diyebiliriz ve 1991’de de iç kavga yüzünden Cumhuriyet içindeki ekip darmadağın oldu. Bir dönem böylelikle sona ermiş oldu” (Yavuz Baydar, 2018).

Yavuz Baydar’a göre, 90’larla beraber ana akım gazetecilik denilen gazetecilik pratiği de son bulmaya başlamıştır. Serbest piyasa ekonomisinin alana hâkim olmasıyla birlikte yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak görülen ana akım medya, basın özgürlüğünün tam olarak sağlanamadığı bir ortamda bu işlevini yerine getirememiş, başarısız olmuştur. Gazetelerin işlevlerini yerine getirememesi gazetecilik alanında mesleki etik arayışlarına ve tartışmalarına da hız kazandırmıştır.

Okur temsilciliği, 1990’lı yılların sonunda medyanın içinde bulunduğu krizin derinleştiği bir ortamda yaşanan etik sorunlara çözüm olarak sunulmuştur. Baydar’a göre, 90 yıllar medyanın çöküş yaşadığı yıllardır. Bu yıllarda medya grupları arasındaki rekabet arttıkça, siyasi alanla ilişkiler yakınlaştıkça gazetecilik zarar görmüştür. Bu yıllarda gazetecilik alanında yaşanan etik sorunların engellenmesi için çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Örneğin Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Meslek İlkelerini İzleme Komitesi’nin birlikte hazırladığı “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi” 18 Kasım 1998’de kabul edilmiştir. Bu bildirinin amacı, gazetecilerin kendi kendilerini denetleyebilecekleri bir öz-denetim sağlamaktır. Baydar’a göre öz-denetim sağlayabilmek için ortaya çıkan bu fikirler somutlaşsa da zaman içerisinde medya grupları arasında yaşanan savaşlarda yok olup gitmiştir.

Gazetecilik alanında yaşanan bu mücadeleler gazetecilik meslek etiğinin de zarar görmesine neden olmuştur. Bourdieu’ya göre bir alanın toplumsal uzamdaki yeri sabit değildir, zaman içerisinde değişebilir ya da kendini yok edebilir (1997, s. 48). Gazetenin ve gazetecilerin de konumları toplumsal uzamda zaman içerisinde yer değiştirebilir. Gazetecilik alanında yaşanan dönüşümler de gazetecilik alanının toplumsal uzamdaki yerini aynı zamanda gazetecinin gazetecilik alanındaki konumunu da değiştirmiştir. Bildirici’ye göre gazetecilik alanında öyle büyük yanlışlar olmuştur ki tüm bu çabalar, “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi” hazırlanması da bu yanlışları

telafi etmek amacıyla başlatılmıştır. Bildirici bu girişimleri “gazeteci hareketi” olarak tanımlamaktadır. Gazeteciler gazetecilik alanında mesleki etik kaygılarla bir takım arayışlarını somutlaştırırken, medya sahipleri bu girişimlere müdahalede bulunmamıştır. Bildirici’ye göre basında öz-denetim çabalarının somutlaşmaya başladığı bu evrede medya patronları kendi çıkarları için bu tür oluşumlara sessiz kalmışlardır.

“O (Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi) gazetecilerin hareketi olarak gelişti. Ve bununla aslında bu hatayı düzeltmekle kalmayıp bir gazeteye ve gazete sahiplerine itibar getireceği ortaya çıktı ve görüldü. Ve gazete patronlarının bunu kabul edişinin bence temel nedeni itibar arayışı. Çünkü itibar ve güven sorunu o kadar erozyona uğradı ki, 90’larda oradan çıkmak için gazete patronları ve gazeteciler için itibar gerekiyordu. Biz aslında itibar arayışının sonucuyuz. Gazetecilerin zorladığı, onların sağladığı onların getirdiği zemin ama sonra patronların kabul edilmişinin nedeni o diye, bakıyorum yani ben. Milliyette Umur Talu, zaten işi başlatan o okur temsilciliğini, aynı zamanda Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nin hazırlanmasına da öncü oldu. Dolayısıyla tabi gazeteciler getirdi ama daha sonra bu yaygınlaşması ve benimsenmesi patronların itibarı için oldu. Çok net yani bizim 2002’deki başlangıçta ki ilk okur temsilcisi yayın ilkeleri benimsenirken ki açıklamaları, gazete sahiplerinin, Aydın Doğan’ın açıklamalarına konuşmalarına bakmakta fayda var” (Faruk Bildirici, 2018).

Faruk Bildirici’nin yukarıdaki açıklaması gazetecilik alanında okur temsilciliğinin ortaya çıkışını anlamak için oldukça önemlidir. Bildiriciye göre, okur temsilciliği, gazetecilik alanında bir “gazeteci hareketi” olarak başlamıştır. Medya patronlarının çıkarlarıyla çelişkili olan bu girişime sessiz kalmalarının, müdahalede bulunmalarının nedeni kuşkusuz “etik kaygı” olmamıştır. Medya patronlarının oluşuma sessiz kalmalarının hatta destek vermelerinin en temel nedeni, okurların güven kaybının tirajlara yansımalarıyla ve gazetelerin ideolojik olarak işlevini yerine getirememesiyle ilgilidir. Bourdieücü ifadeyle alandaki her failin amacı farklıdır ve her failin amacına uygun çıkarları (illusio) bulunmaktadır. Alandaki failerin, özellikle alanda birincil sermaye türü olarak ağırlık kazanan ekonomik sermaye sahibi failerin, alandaki bu yeni oluşuma sessiz kalmalarının ardındaki çıkarların okur temsilcilerinin çıkarlarıyla benzeşmediğinin özellikle altını çizmek gerekir.

Gazetelerin ve gazetecilerin itibar kaybına çözüm olarak üretilen okur temsilciliği, zaman içerisinde gazetecilerin mücadelelerinin somutlaştığı ve kurumsallaştığı bir alt alana dönüşmüştür. Burada kurumsallaşma olarak ifade edilmek istenen, okur

temsilciliğinin gazete künyesinde yer alması ve özerkleşme mücadelesidir. Çünkü daha önce okur temsilciliğine benzer girişimler ve benzer uygulamalar olsa da, bağımsız bir yapı olarak kabul edilmesi Yavuz Baydar’la olmuştur. Baydar, ilk defa Milliyet Gazetesi’nde başladığı ombudsmanlık görevinden 2004 yılında işten çıkartılarak uzaklaştırılmıştır. Baydar o günlerde Ciner Grubu’na ait Sabah Gazetesi’nden rekabet ve imaj açısından gazeteye fayda sağlayacağı düşünüldüğü için teklif almıştır. Medya grupları, gazetelerinin itibarını arttırmak için aslında stratejik olarak bu girişime müdahalede bulunmamakla beraber bir gazeteden kovulan okur temsilcisini kendi gazetelerinde çalıştırmak için yarışa girmişlerdir. Bu teklifi kabul eden Baydar’a göre okur temsilciliği bu süreçte kurumsallaşmaya başlamıştır:

“Birincisi 1999’da Milliyet’e ombudsman olarak başladığımda düzgün bir iş sözleşmesiyle başlamamıştım. Yani ombudsmanı özerk bir iç kurum olarak koruyucu nitelikte hukuki açıdan bir iş sözleşmesi yoktu elimde. Bu, benim işten çıkarılmamı kolaylaştırmıştı. İki, yine önemsedğim bir şey vardı, ombudsmanın gazetenin künyesine yerleştirilmesi. Bu künyeye yerleştirme meselesi aslında ciddiye alınması gereken bir şey. O zaman gazete sahipliği ve yönetimi gerçekten bu okur temsilciliği meselesini kurumsallaşmanın bir parçası olarak görüyor mesajını da vermiş oluyor okura. Bu ikisini de kabul etti yeni gazete Sabah Gazetesi’nin yönetimi. Oldukça sağlam olduğunu düşündüğüm bir iş sözleşmesiyle başladım orda. O iş sözleşmesinin en önemli maddesi de ombudsman köşesinde dile getirdiği görüşleri nedeniyle işten çıkartılmaz gibi bir ifade vardı, ki bunu avukatım Fikret İlkiz, o zaman kendisine metni gönderdiğimde hayretler içerisinde karşıladığını söylemişti çünkü bu çok ileri bir aşama. Bunu kabul etmesi gerçekten kendileri için çok olumlu ve anlamlı aynı zamanda gazeteciliğin bir şekilde kendini toparlaması içinde çok olumlu bir adım olarak değerlendirmişti” (Yavuz Baydar, 2018).

Türkiye’de okur temsilciliğinin kurumsallaşması kolay olmamıştır. Hem okurun hem de gazete çalışanlarının bu mekanizmaya alışması zaman almıştır. Baydar’ın bu süreçte en fazla kaygılı olduğu nokta Türkiye’de ki gazetecilik kültürü olmuştur. Çünkü Baydar’a göre gazeteciler eleştirilmekten pek hoşlanmazlar, bu nedenle okur temsilciliği o dönem dünya genelinde uygulanan etkili bir öz denetim olmuş olsa da Türkiye’de uygulanabileceğine kuşkuyla yaklaşmıştır. Gazetecilerin eleştirilerden hoşlanmama durumu Baydar dışındaki okur temsilcilerinin de bu görevi yerine getirirken karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri olmuştur.

“Çünkü dedim ki, bu Türkiye’deki genel kültür Türkiye kültürü, bir de medya özellikle Türkiye mediasındaki kültür öyle eleştiriye, özeleştiriyeye açık bir kültür değil, hiç kimse kendisinin burnundan kıl aldırılmaz, herkes eleştiriye çok sert mukabele eder. Bu sistem işlemeyebilir ve ters tepebilir faydası olmayabilir. Fakat ikimiz de bir yandan kararlıydık, bunu denemeliyiz en azından noktasındaydık” (Yavuz Baydar, 2018).

Baydar, bu mekanizmayı gazetecilik alanında uygulamaya koyma konusunda kararlı davranmıştır. 1 Ocak 1999’da Milliyet Gazetesi’nde yazmaya başlamadan önce Washington Post, Sacramento Bee, Le Monde, Guardian gibi gazetelerdeki okur temsilcilerinin nasıl çalıştıklarını araştırmış ve gazetelerin ombudsmanlarıyla yazışmıştır. Dünyada ombudsmanlara yazmaları için bir köşe ayrılırken, Milliyet Gazetesi’nde Baydar için tam bir sayfa ayrılmıştır. Baydar bu durumun nedenini şöyle anlatıyor:

“Tam sayfa ayrıldı aslında, pazartesi yazıyor dünya ombudsmanlarının çoğunluğu gazetelerde, onlara sadece bir köşe ayrılıyor, değerlendirmelerini bu köşeye yazıyorlar. Ama Umur Talu ‘problemler o kadar büyük ki, sana bir sayfa bile yetmeyebilir’ dedi ve bir sayfa çoğu kez yetmez haldeydi. Çünkü çok büyük problemler vardı uygulamada. Yani gazetecilik kültürü çöküntü halindeydi ve bir bezginlik hali de vardı. İşte yeniden standartları oluşturmak adına faydalı olur diye başladık. Aslında 1 Ocak’ta işe başlamıştım ben, biraz daha çalıştım fiilen, Mart’ın sonu, son haftası ilk sayfa yayımlandı. Ve ondan sonra da devam etti. Yani haftada bir devam etti bu uygulama, kuruluşu budur Türkiye’de bir ilktir bu” (Yavuz Baydar, 2018).

Özetlemek gerekirse, okur temsilciliği Baydar’ın da ifade ettiği gibi özellikle meslek etiği konusunda büyük problemlerin olduğu bir evrede ortaya çıkmıştır. Gazetecilik meslek etiği konusunda kaygıları olan bir grup gazetecinin girişimiyle uygulanmaya konan bu mekanizmaya gazete sahipleri de destek vermiştir. Gazete sahiplerinin bu gazeteci girişiminin ortaya çıkışındaki kritik evrede destek vermelerinin nedeni, o alandan elde edeceklerine inandıkları çıkar (illusio) olmuştur. Ayrıca gazetecilik alanında hem alanın hem de gazetecilerin yaşadıkları itibar kaybının tirajlara yansımalarından rahatsız oldukları için uzun bir süre bu girişime müdahalede bulunmadıkları gibi, Baydar’ın Milliyet Gazetesi’nden işten çıkarılma sürecinde görüldüğü gibi gazeteler arasında yaşanan savaşta bu durumu bir stratejiye dönüştürmüşlerdir. Milliyet Gazetesi Baydar’ın işine son verdikten sonra rakibi Sabah Gazetesi Baydar’a kendi gazetelerinde okur temsilciliği yapması için teklifte

bulunmuştur. Çünkü bu girişimin okurun güvenini kazanmak adına önemli olacağına inanmışlardır.

3.2. GAZETECİLİK MESLEĞİNDEN GELEN OKUR TEMSİLCİLERİNİN GAZETECİLİK ALANINA BAKIŞLARI VE ALANDAKİ KONUMLARI

Bourdieu'nün alan teorisinde uğruna mücadele edilenin ne olduğunu tanımlamak önemlidir, çünkü oyunun kurulabilmesi için oyuncuların uğruna mücadele edecekleri şeyi kazanmalarına inanmaları gerekir (Jourdain & Naulin, 2016, s. 123). Okur temsilcilerinin görevlerini nasıl tanımladıklarını bilmek bu açıdan önemlidir; çünkü bu sorunun cevabı, alanda uğruna mücadele ettikleri şey hakkında bilgi vermektedir. Bu nedenle okur temsilcilerine gazetecilik mesleğini nasıl tanımladıklarına, okur temsilciliği görevini kabul etmelerinin nedenlerinin ne olduğuna dair sorular sorulmuş ve verilen yanıtlar bu bölümde tartışılmıştır.

Kültürel üretim alanı olarak gazetecilik alanının en temel amacı, “kamuoyunu doğru bilgilendirmek” olarak tanımlanmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde, okur temsilcileri de gazeteciliğin amacını ve görevini “kamuoyunu tarafsız bir biçimde doğru bilgilendirmek” olarak tanımlamışlardır. Belma Akçura gazeteciliği “okurun doğru, dürüst, hakkaniyetli bilgi edinme hakkını sağlamak” olarak tanımlarken, Faruk Bildirici de benzer biçimde gazeteciliği “gerçeği aktarma işi” olarak gördüğünü belirtmiştir.

“Gazeteciliği gerçeği aktarma işi olarak görüyorum. Gerçeği aktarma işini yaparken de hiçbir yerle, hiçbir kişiyle çıkar ilişkisi içinde olmadan tamamen bağımsız olmak gibi tamamen idealist bir noktadan hareket ediyorum. Bunun mümkün olmadığını biliyorum ama olabildiğince insanlara yalın bilgiyi vermek, yalın gerçeği vermek gerektiğine inanıyorum”(Faruk Bildirici, 2019).

Türkiye’de okur temsilciliği genel olarak, bir gazetede çalışan gazetecinin çalıştığı gazeteye yaptığı teklifle gündeme gelmiştir. Gazetecilerin okur temsilciliği görevini neden kabul ettikleri ya da bu uygulamayı, çalıştıkları gazetelere neden teklif ettiklerine dair sorulan sorulara da benzer yanıtlar verilmiştir. Okur temsilcilerinin bu görevi üstlenmelerinin en temel nedeni, “etik gazetecilik” kaygısıdır. Görüşme yapılan okur

temsilcileri genellikle bu uygulamanın sorumluluğunu üstlenmeden önce “gazetecilik meslek etiği” alanında mesai harcamışlardır. Örneğin Faruk Bildirici meslek etiği üzerine uzun süredir çalıştığı, Belma Akçura Medya Etiği ve İnsan Hakları alanında yaptığı habercilik anlayışıyla örtüştüğü, İbrahim Altay yurt dışında meslek etiğine dair aldığı eğitimi uygulayabileceği için bu görevi kabul ettiklerini belirtmişlerdir. Güray Öz, Yazı İşleri Müdürü olarak çalıştığı Cumhuriyet Gazetesi için yayın ilkeleri hazırlayan grubun içinde olduğunu, gazete içerisinde okur temsilciliğinin önemini sıklıkla vurguladığı için gazetenin de bu göreve kendisini getirdiğini belirtmiştir.

Görüşme yaptığım tüm okur temsilcileri, gazetecilik alanında bu görevle var olma nedenlerini gazetecilik mesleğinin itibar kaybetmesi, meslek ilkelerine uygun kaliteli gazetecilik yapmak olarak tanımlarken, İbrahim Altay, diğer okur temsilcilerinden farklı olarak okur temsilciliğine “teknik” bir iş olarak baktığını ifade etmiştir. Ayrıca Altay, gazetecilik mesleğinin “idealleştirilen ilkelerle” yapılmasının gazetecileri zor durumda bıraktığını düşünmektedir.

“Gazeteciye biz neden ihtiyaç duyuyoruz, gözlerimizle görebileceğimiz alan kısıtlı ve kararımızı verebilmek için bu alanında dışında neler olduğunu bilmemizde yarar var. Bilgiye ihtiyaç duyuyoruz. Fakat bir zaman sonra söylediğim gibi böyle gazeteciliğe normalde toplumsal iş bölümünde olduğu gibi yeni roller atfetmeye başlıyoruz. Gazeteci nedir, toplumun önderidir. Gazeteci nedir, işte insanları eğitmekle görevlidir. Gazeteci aydınlatmakla görevlidir. Gazeteci falandır filandır diye bir sürü şey ekliyoruz ya, zaman içerisinde bu gazeteciliği gerçek görevlerini yapmaktan alıkoyan bir hale dönüştürdüğünü söylüyorum” (İbrahim Altay, 2019).

Altay gazetecilik mesleğinin idealleştirildiğini, gazeteciye kanaat önderliği atfedildiğini bu idealinde gazeteciye gazetecilik yapmaktan alıkoyan bir şeye dönüştüğünü vurgulamıştır. Altay’ın belirttiği bu gerilim gazetecilik alanının dönüşmesi ve gazetecinin değişen habitusuyla bağlantılı bir biçimde düşünüldüğünde daha iyi anlaşılabilir.

Gazetecilik alanında 1980’lerden sonra yaşanan dönüşümler, gazeteciliğin ticari işletmelere benzer biçimde faaliyet göstermesi, ticarileşen gazetecilik alanının talep ettiği gazetecilik, idealleştirilen mesleki ilkeler ve kamuoyunun bu ideallere uygun beklentisi gazetecilerin mesleklerini yapma biçimlerinde gerilimlere neden olmuştur.

Gazetecilik alanı geçirdiği dönüşümle beraber 80'lere kadar alana hâkim olan 'zanaat benzeri' üretim yerini 'fabrika benzeri üretim'e bırakmıştır. Gelineen noktada kapitalist medya yapılanması gazetecilik mesleğinde de yeni tip gazetecilik modeli talep etmiştir (Adaklı, 2006). Ertuğrul Özkök, gazetelerde yöneticilik yapmış bir gazeteci olarak 80'lerde başlayan dönüşümle birlikte gazetecilik alanının talep ettiği "yeni gazetecilik" i ve gerekliliğini şu cümlelerle savunmuştur:

"Gazetecilik anlayışında köklü değişiklikler yapılması gerektiğine inanıyorum. Şimdi genç gazeteciler için 'rol modellerinin' ortaya çıkması gerektiğini savunuyorum. Bugün için genç gazeteciler hâlâ iki şahsiyet üzerine kurulu. Bunlar rahmetli Abdi İpekçi ve Uğur Mumcu. Hâlâ sadece bu iki rol modelinden hareketle kriter oluşturuyoruz. Yanlış anlamayın, ben canilerin kurşun ve bombalarıyla aramızdan ayrılan bu iki meslektaşımın büyüklüğüne toz kondurmak niyetinde değilim. Zaten böyle bir şey yapmaya kalksam, samimiyetimi de ispat edemem. Ama yine aynı samimiyetle şunu savunuyorum: Türk gazeteciliğinin yeni kuşakları artık bu iki rol modelini müzelerdeki haklı yerini yerleştirip başka yeni modellerde aramak zorundadır. Bugün hâlâ *Abdi İpekçi*'nin yaptığı gazeteyi özlemek, nostaljik patinajdan başka bir anlam taşımaz. Bunu savunmak, '*Eskiden ekmekler ne kadar güzeldi*', '*Nerede o eski şarkılar*' özelemlerinden öteye geçemez. Bu iki gazeteciyi aşmaya çalışmamak, tartışılmaz bir tabu haline getirmek en fazla onlara zarar verir"¹⁴ (Adaklı, 2006, s. 341-342).

Özkök'e göre, eski gazetecilik olarak adlandırılan gazeteciliği, kapitalist bir işletme haline gelen gazetelerde yapmak mümkün değildir. Çünkü, kapitalist işletmeler olarak var olan gazetelerde artık yeni bir gerçeklik vardır bu da "patronluk hakkı"dır (Adaklı, 2006, s. 342). Gazetecilik alanında savunulan "patronluk hakkı"nı biraz daha açmak, yol açtığı etik sorunları anlamak adına faydalı olacaktır. Gazetecilere patronluk hakkı olarak dayatılan, gazetenin bir sahibi olduğu gerçeğidir. Bu hakka göre gazeteci patronun sınırlarını hiçbir biçimde ve hiçbir gerekçeyle ihlal edemez, eğer ederse bir takım yaptırımlara maruz kalabilir. Jourdain ve Naulin bu hakkın meşrulaştırılmasının zaman içerisinde hükmedenlere avantaj sağlayan toplumsal düzeni yaratmaya yardım ettiğine ve bir süre sonra da simgesel şiddete dönüştüğüne dikkat çekmektedir. Meşrulaştırma bir kez gerçekleştikten sonra bu keyfiliğin dayatıldığı mekanizmalar hem hükmedenler hem de hükmedilenler tarafından doğal görülmektedir. Bu hâkimiyetin keyfiliğini, görünmezliğini mümkün kılan "doxa"dır. Doxa "herkes tarafından paylaşılan ve sorgulanmayan bir fikri oluşturan, dile getirilmeyen inançların

¹⁴ 3 Ocak 2004 yılında Ertuğrul Özkök'le yapılan bu görüşme Gülseren Adaklı'nın Türkiye'de Medya Endüstrisi kitabından alınmıştır.

üretmesinden alır. Bu doxa hâkimiyetin farkına varılmasını tamamen imkânsız kılar” (Jourdain & Naulin, 2016, s. 117).

Gazetecilik alanında da kurumun medya patronuna sahip olduğu gerçeği, çalışanlar tarafından çoğunlukla kabul edilmektedir. Bir süre sonra alan içerisinde medya patronlarının hâkimiyeti doğallaştırılmakta, görünmez duruma gelebilmektedir. Gazetecilere, özellikle gazete yöneticileri tarafında hatırlatılan patronluk hakkı gazeteciye haber üretim sürecinde sansür uygulamaya zorlamaktadır. Elbette bu durumda bir paradoks vardır. Medya patronları gazetecilik kimliğinin verdiği otoriteye yaslanarak, gazeteciliğin tarafsızlık, bağımsızlık, nesnellik gibi mesleki kodların arkasına sığınarak alanın sahip olduğu sembolik güçten kendi çıkarlarına fayda sağlarken, bir yandan da gazetecilerin özgürlüklerini sınırlandırmak için yaptırımlar uygulamaktadırlar.

İbrahim Altay, gazeteci olmak isteyenlerin bu alana girme amaçlarının ve gazetecilik mesleğine yaklaşımlarının farklılaştığını özellikle üniversitelerde verdiği gazetecilik eğitimlerinde fark ettiğini belirtmiştir.

“Ben gazetecilik dersleri veriyorum, veriyordum şu sıralar onu da azalttım biraz soruyorum gazeteci olmak isteyen arkadaşlara halkın gerçek haber alma ihtiyacını karşılamak için mi gazeteci olmak istiyorsunuz falan dediğimizde bazıları sözel olarak buna evet deseler de içlerinden gülüyorlar. Bazıları da doğrudan gülüyor neden çünkü böyle bir zihin dünyaları böyle hayata bakışları belirli bir çevre içinde şekillenmiş. İnsanlar medyaya gelerek gazetecilik dışında başka şeylere de hizmet etmeyi kendilerine amaç ediniyorlar, zaman içerisinde ve ne yazık ki biz de medya hep böyle bir role sahip olmuştur” (İbrahim Altay, 2019).

Gazetecilik alanında bu yeni gazetecilik anlayışını savunanlar olduğu gibi bu anlayışa direnen, idealleştirilen gazeteciliğin mümkün olduğunu savunan gazeteciler de vardır. Örneğin Faruk Bildirici gazetecilik mesleğini tanımlarken kendisinin idealist bir noktadan baktığını vurgulamıştır. Bu gazeteciler hala idol olarak kabul edilen Abdi İpekçi, Uğur Mumcu gibi gazetecileri örnek aldıklarını belirtmişlerdir. Özkök bu idealist bakış açısını “nostaljik bir patinaj” olarak değerlendirse de hala gazetecilik bölümlerinde gazetecilerin habituslarının şekillendiği eğitimlerde bu idealist gazeteciler

örnek olarak gösterilmektedir. Bu durum gazetecilik alanının en temel çelişkisi olmakla beraber, alanda yaşanan mücadelenin de en temel gerekçelerinden biridir. Gazetecilik alanında egemen olanın ve egemen olanın ideolojisini savunanların karşısında ideal gazetecilik ilkeleri için mücadele eden gazetecilerin mücadelesi, alanın yapısını da belirlemektedir.

Gazetecilik alanında patron hakkının otoritesinin bu derecede savunulur olmasında gazetecilik mesleğinin zanaat olmaktan uzaklaşarak profesyonel bir mesleğe dönüşmüş olmasının oldukça önemli etkisi vardır. Çünkü bu durumla beraber gazetecilerin sosyoekonomik statüsü değişmiş, çalışanların gelirleri arasında ciddi farklar meydana gelmiştir. Gazete içerisinde yönetici pozisyonunda bulunanlar yüksek ücretlere ve yaşam standartlarına sahipken, muhabirin emeği değerini kaybetmiştir. Daha açıkça ifade etmek gerekirse; gazeteci, gazetecilik alanı içerisinde daha önce sahip olduğu konumunu kaybetmiştir. Toktaş'a göre böyle bir ortamda gazetecilerin benzer beklentilere sahip olmaları ya da gazetecilik mesleğini benzer biçimde tanımlamaları mümkün olmamaktadır (Toktaş, 2010, s. 161-162).

Gazetecilik alanında yaşanan çıkar çatışması gazeteciye bir ikilem yaşatmaktadır. Meslek ilkelerine uygun kamu yararı için gazetecilik mi yoksa çalıştığı kurumun sahibi ve onun çıkarları için gazetecilik mi? Bu iki çıkar birbiriyle çeliştiği durumda gazeteci nasıl davranacak ve davranışlarının sonucunda ne tür yaptırımlara maruz kalacaktır? Bu çıkarların yanı sıra Türkiye'de gazetecilik alanında gazetecinin mesleğini yapmasına engel olan bir başka gerilim de siyasal alanın egemenlerinin beklentileri ve bu beklentiler amacıyla gazetecilik alanına yaptıkları sert müdahalelerdir. Gazeteciler arasında geleneksel gazetecilik modeli olarak adlandırılan, önceliğin kamu hizmeti olduğu bir gazetecilik anlayışını devam ettirmek isteyen gazeteciler gazetecilik değerlerinin ön planda olduğu bir gazetecilik pratiği için bu alanın egemenleriyle ve egemenlerin otoritesini savunanlarla mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Bir eylem herhangi bir toplumsal alanda belirli bir varlık kazanmaya başladığı an, bir egemenlik mücadelesi başlar. Bu mücadelede de iki kutup vardır, alanda tahakküm kuranlar ve tahakküm altında olanlar. Bu iki kutup karşı karşıya geldiği andan itibaren orada çatışan hakikatler söz konusudur (Bourdieu, 2016, s. 114).

Bourdieu'cu bir perspektiften bakıldığında, failin bu alanda egemen olanlarla mücadele yürütebilmesi için alandaki konumunun güçlü ve sahip olduğu sermaye birikimin yeterli olması gerekir. Okur temsilcileri genellikle bu görevi üstlendikleri gazetelerde uzun yıllar çalışmış, buna bağlı olarak hem bedensel hem de zihinsel yetkinleri kazanmış, bu alanda kültürel sermaye birikimi yüksek olan kişilerdir. Bu nedenle hem gazetenin çalışanları tarafından saygı gören, aynı zamanda kamuoyunun güvenini kazanmış gazetecilerdir. Bourdieu, oyuncuların sahip oldukları sermaye türlerini oyunda kullanmak üzere ellerinde tuttukları koz olarak tanımlar. Okur temsilcilerinin alanda kazandıkları sermaye türlerini gazetecilik alanında özerk bir alt alan yaratma girişimlerinde bir koz olarak kullandıklarını söylemek mümkündür. Çünkü bu konuma getirilmelerinde sahip oldukları kültürel sermaye ve sosyal sermaye hacmi belirleyici olmuştur.

Bourdieu'ya göre entelektüellerin kendilerine has ayırt edici nitelikleri vardır. Onların ayırt edici nitelikleri “menfaat içermeyen” çıkarlarının olmasıdır (2016, s. 98). Okur temsilcilerinin de benzer biçimde onlara sembolik güç kazandıran menfaat içermeyen türden çıkarları bulunmaktadır. Bu çıkarlar, ekonomik sermaye hacmi kültürel sermayenin karşısında göreceli ağırlıklı olan gazetecilik alanında bu iki farklı sermaye türüne sahip faileri karşı karşıya getirmektedir. Gazetecilik alanında ekonomik sermayeleri kültürel sermayelerine göre fazla olan medya patronlarının, sosyal uzamda kültürel sermaye hacmi fazla olan okur temsilcilerinin karşısında yer aldığını söylemek mümkündür. Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde okur temsilcilerinin ve medya patronlarının karşı karşıya geldikleri ve bu karşılaşmada sahip oldukları sermaye türlerinin hacminin mücadeledeki belirleyiciliğine yer verilecektir.

Sonuç olarak, okur temsilcilerinin gazetecilik alanında bulunmalarının nedeni ve uğruna mücadele ettikleri şeyin meslek etiği olduğunu söylemek mümkündür. Okur temsilcilerini gazetecilik alanında hem mücadele ettikleri şey bakımından, hem sahip oldukları sermaye türü ve hacmi bakımından, alanda egemen konumda olan ekonomik sermaye sahibi gazete patronlarının karşısında yer aldığını belirtmek gerekmektedir. Okur temsilcisinin gazetecilik alanında verdiği mücadelede sık sık gazete patronlarıyla karşı karşıya gelmeleri gazetecilik alanındaki konumlarının anlaşılmasını da sağlamaktadır.

Çünkü gazetecilik alanında “meslek etiğine” karşı “patron hakkı” fikri daha ağır basmaktadır. Okur temsilcilerinin kısa süreliğine kazandıkları özerk alan ve alanda egemen olanlara karşı verdikleri mücadelede kullandıkları stratejiler sonraki bölümlerin tartışma konusu olacaktır.

3.3. OKUR TEMSİLCİLERİNİN GAZETECİLİK ALANINDAKİ GÖREVİ

Okur temsilcilerinin amacı ve görevleri ONO tarafından yayınlanan kılavuzlarda ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır. Araştırmanın ikinci bölümünde ombudsmanın kim olduğu, kurum içerisinde nasıl çalıştığı, görevlerinin neler olduğunun bilgisi literatürden yararlanılarak sunulmuştur. Fakat yapılan görüşmelerde literatüre katkı sağlayacak verilerin elde edilmesi okur temsilcilerinin görevlerini nasıl tanımladıklarının bu bölümde tartışılmasını zorunlu hale getirmiştir. İbrahim Altay, okur temsilcilerinin görev ve yetkilerinin sınırlarının belirlenmesinde gazeteyle imzaladıkları sözleşmenin önemli olduğunu belirtmiştir. Her ne kadar yazılı olarak görev tanımı yapılmış olsa da bu sözleşmeler okur temsilcisine sağlanan ayrıcalığı belirlemede önemlidir. Okur temsilcileri, imzaladıkları sözleşmeyi paylaşmadıkları için bu sözleşmelere dair bir bilgi sunmam mümkün olmamıştır.

Altay’a göre okur temsilciliği de gazeteciliğe benzer bir biçimde teknik bir iştir; çünkü okur temsilcisinin icrai bir yetkisi yoktur. Okur temsilcilerinin ilk temel görevi, okurdan gelen şikâyetleri almak ve bu şikâyetlerin gerçekliğini evrensel gazetecilik ilkeleri çerçevesinde kontrol ederek konu hakkında hem gazeteyi hem de okuru bilgilendirmektir. Fakat okur temsilciliği uygulamasının amacını okurlardan gelen şikâyetleri almak ve değerlendirmek olarak tanımlamak da yetersiz kalmaktadır. Belma Akçura’ya göre okur temsilciliğinin görev alanı ve tanımı, okurlardan gelen şikâyetlerle daraltılacak bir görev değildir. Okur temsilcilerinin görevlerini belirleyen şey, gazetecilik alanının ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç ülkeden ülkeye farklılaşmakta, okur temsilcilerinin deneyimleri de bu ihtiyaca göre şekillenmektedir.

“Meslek ilkelerini tartışmak açısından aynı ama konu itibarıyla çok farklıyız. Arjantin, Türkiye gibi ülkeler benzer sorunlarla karşılaşılıyor. Avrupa ülkeleri daha farklı sorunlarla boğuşuyor; ama son yıllarda onlarda daha çok tırmanan ırkçılık,

mülteci hakları gibi konulara eğilmeye başladılar. Amerika ise dijital alana doğru kayd...” (Belma Akçura,2019).

Okur temsilcileri, hem kendi kurumlarında hem de kendi kurumları dışında yeni medya düzeninin yapılanmasında kritik bir öneme sahiptir. Akçura, günümüzde özellikle sosyal medyadaki bilgi kirliliğini engellemek için okur temsilciliği uygulamasının daha işlevsel hale getirilmesi gerektiğini düşünmektedir.

“Türkiye medyası “Ombudsman”ı, görev alanı ve tanımı daraltılmış ‘Okur Temsilcisi’ olarak benimsedi. Ancak dünya medyasının önemli bir bölümünde Ombudsmanlık okur şikâyetlerinin çok ötesinde, yeni medya düzeninin yeniden yapılanması, yeni kavramlar ve sürekli güncellenen meslek etiği kurallarıyla birlikte değerlendiriliyor. Özellikle sosyal medyadaki bilgi kirliliği gibi sorunlu alanlar kurumu daha da işlevsel hale getiriyor. Dolayısıyla medyadaki hak ihlalleri ve bunun olası sonuçları değerlendirildiğinde, Ombudsmanlığın sadece kurumun kendi haberleriyle sınırlandırılmayacak bir öneme sahip olduğu ortada. Tam da bu nedenle Ombudsmanların görevi; meslek ilkelerinde belirtildiği gibi; milliyet, ırk, etnisite, cinsiyet, cinsel kimlik, dil, din mezhep, sınıf, inanç ve inançsızlık ayrımcılığına, ulusların, halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını zedeleyen, nefreti, düşmanlığı körükleyen, her türden şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtıcı yayınlar yapılmasına karşı çıkmaktır. Yaş, cinsiyet, engellilik, etnik köken, dini inanç, sosyal ve ekonomik statü farkına bakılmaksızın, medyada insana yönelik ayrımcılığın önlenmesi ve onurlarının korunması konusunda gerekli duyarlılığın gösterilmesi için çaba harcamaktır. Üstelik okurlardan gelen şikâyetlerin çoğu da bu yönde...” (Belma Akçura, 2019).

Akçura’nın ifade ettiği gibi, günümüz medya düzeninde, özellikle yalan haberlerin hızla dolaşıma girdiği bir ortamda yalnızca basın kurumları için değil, her medya organı için meslek etiğini ve haberleri kontrol edecek mekanizmalara olan ihtiyaç artmıştır. Haber ortamının hızla gelenekselden dijital dönüşümü, yalan haberlerin denetlenme sorununu ortaya çıkarmıştır. Okur temsilcilerinin bu denetim sorunuyla ilgili kaygı taşıdıklarını ve çok yönlü görevlere sahip olduklarını söylemek mümkündür. Örneğin Faruk Bildirici, gazetecilikte etik sorunların giderilmesi için internetten kaldırma kılavuzu, fotoğrafların kullanımıyla ilgili kılavuz ya da cinsiyet ayrımcılığına dair kılavuzlar ve metinler hazırladığını vurgulamıştır. Okur temsilcileri, gazeteciliğin meslek etiğine uygun bir biçimde yapılmasını sağlarken aynı zamanda gazetecilerden ve bu alanda çalışan akademisyenlerden yardım alarak etik ilkeleri değişen şartlara göre güncellemektedirler.

Okur temsilcisini yalnızca gelen şikâyetler harekete geçirmez. Okur temsilcisi hem çalıştığı yayın organında hem de diğer yayın organlarında etik sorun yaratan bir durumu kendi isteğiyle köşesinde yazabilir. Türkiye’de okur temsilcilerinin deneyimleri, bu mekanizmanın çok yönlü işlevi olduğunu ortaya koymuştur. En önemli işlevleri arasında okura gazetenin nasıl çalıştığını açıklıkla aktarmak, yazı işleri ve diğer bütün gazete kadrolarına okurun ne düşündüğünü iletme, medya etiği konusunda okuru bilgilendirerek, bu konuda farkındalığı arttırmak ve gazetecilerin mesleki eğitimine katkı sunmak bulunmaktadır.

Okur temsilcileri yazdıkları yazılarla okuru basın etiği konusunda bilgilendirmektedir. Okurlar bu yazıları okudukça bir haberin hangi durumlarda gazetecilik etiğine aykırı olduğunu, bir gazetecinin hangi davranışlarının meslek etik ilkeleriyle örtüşmeyeceğini öğrenmektedir. Okur temsilcileri köşelerinde yazmaya başladıktan sonra okurlardan gelen eleştirilerin değişmeye başladığını aktarmışlardır. Bildirici, Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisi olarak çalışmaya başladıktan sonra gelen şikâyetlerden okurlarının değiştiğini gözlemlediğini şu şekilde ifade etmiştir:

“Benim okur temsilcisi olarak başlamamdan sonra bizim okurlarda, Hürriyet okurlarında değişim olduğuna inanıyorum. İlk eleştiriler şu doğru bu yanlış gibi, itirazlar belirtiyorlardı. Son on yılda gelen eleştiriler, ama şu yayın ilkelerine aykırı gazetecilik ilkelerine aykırı diye eleştiriler geliyor. Buna seviniyorum, buna bir ölçüde katkı olduğuna inanıyorum. Hatta Doğan Yayın dönemindeyken, bazı karşı cephedeki yazarlar bile Doğan Yayınevi İlkeleri, bir dakika buna aykırı davrandınız gibi şeyler söylüyorlardı. En azından gazetecilik ilkelerini, etik ilkelerin kabul edilmesi anlamında beni sevindirdi. Ve buradan şunu gördüm, Ben bir hatanın düzeltilmesi konusunda sadece gazetecilere seslenmiyorum. Okura sesleniyorum, okur da o hatanın yapılmaması gerektiğini öğreniyor. İlkelerin önemini öğreniyor oradan bir eleştiri bir güç alıyor. Yani okurda eğitilmiş oluyor bir yerde, karşılıklı olarak birbirimizi eğitiyoruz. Çünkü okurlarda bazen öyle şeyler görüyorlar ki, benim asla görmediğim, fark etmediğim konular. Çok daha dikkatli okurlar var çünkü. Onlara bakıyorsun, aa evet çok doğru bir bakış diye” (Faruk Bildirici, 2019).

Okur temsilcileri, köşelerinde basın etiği ile ilgili yazdıkları yazılarla okurları eğittikleri konusunda hemfikirdirler. Yazdıkları yazıların okurda bir “bilinç” oluşturduğunu düşünmektedir. Örneğin, İbrahim Altay asıl işlerinin gazetecileri bilgilendirmek olduğunu; fakat gazeteciye bilgilendirirken okurda da gazetecilik etiğine dair bir bilinç oluşturduklarını belirtmiştir.

“Ee tabi, esas misyonunuz gazetecileri bu konuda bilinçlendirmek, onlara etik kurallar konusunda hatırlatmalar yapmak ama doğal olarak sizi takip eden izleyicilerde de okurlarda da bir bilinç oluşuyor. Özellikle belli konuları çok işlediğimizde onun yansımalarını görüyorsunuz. Mesela kadına yönelik şiddetle ilgili yazılar yazdığımızda artık kadın okuyucular size bu şikâyetler hakkında daha rahat ulaşabileceklerini düşünüp daha açık sözlü hale gelebiliyorlar ya da intihar haberleriyle ilgili yazdığımızda yine aynı şey oluyor ya da içeriklerin kaldırılması konusunu çok işlediğimizde bu tarz sorularla daha çok muhatap olabiliyorsunuz. Yani okurlarla kurduğunuz ilişki önemli” (İbrahim Altay, 2019).

Bu çalışmada sık sık gazetecilik alanında yaşanan dönüşümlere, uzun çalışma saatlerinin, güvencesiz, sendikasız çalışma şartlarının gazetecilerin habituslarını nasıl etkilediğine yer verilmiştir. Gazetecilik mesleğine yaklaşımın dönüşmesine neden olan bu şartlar, bir süre sonra etik sorunlara yol açmıştır. Özellikle gazetecilik alanında hâkim olan usta-çırak ilişkisinin dönüşmesi, meslek etik ilkelerinin aktarımını da doğrudan etkilemiştir. Faruk Bildirici, usta-çırak ilişkisinin dönüşmesinin meslek etik ilkelerinin dönüşümünü hızlandırdığına dair gözlemlerini şu şekilde aktarmıştır:

“Tıpkı 80’lerden sonra Türkiye’de köyden kente göçün artması 90’larda tam bir kasırgaya dönüşmesi nedeniyle artık şehirlerin köylüleri sindirememesi gibi bizde de yeni gelen kuşaklar mesleğin duayenleri tarafından sindirilemedi, eğitilemedi, deneyim aktarımı yeterince olmadı ve bu mesleğe 90’lardan sonra hatta 2000’lerden sonra hızla arttı, gazetecilik dışında çok insanlar girmeye başladı. Hatta başka işleri, başka uzmanlık alanları, başka gelir kaynakları olan insanlar da girmeye başladı. Bütün bunlarla birlikte o zaman gazetecilerin kendi etik pusulaları da kayboldu. Bu tarz sorunlar yaşadık, onun dışında ne söyleyebilirim?” (Faruk Bildirici, 2019).

Okur temsilcileri, bu mekanizmanın amaçlarından birini de gazetecilerin mesleki etik ilkelere bağlı olarak gazetecilik yapmalarını sağlamak olarak tanımlamıştır. Bildirici’ye göre, mesleğe yeni başlayacak olan bir gazetecinin denetlenmesi için sendikalar önemlidir. Fakat gazetecilik alanında şu an bu eksikliği giderecek örgütlenme yoktur. Bu nedenle okur temsilcileri alana yeni giriş yapan, deneyimsiz gazetecilerin eğitimleri konusunda da önemli bir rol üstlendiklerini düşünmektedirler.

“Mesleki örgütlenmelerin zayıf olması ve tabi oralardan şu anlama geliyor etik ilkelerin ve doğru gazetecilik daha kaliteli gazetecilik için ilkeler konusunda, özellikle mesleğe yeni girenlere vaz edecek ve söyleyecek organ kalmıyor. Ya da bir sorun çıktığında onları denetleyecek bir şey kalmıyor. Mekanizma yok yani şöyle söyleyeyim, bir doktor hata yaptığında Tabipler Birliği Odası ceza verebiliyor. Mesleki denetim yapabiliyor. Ama bizde mesleki denetim yapan bir

birim yok yani. Ve gazetecilerin kendilerini meslek ilkelerine bağlayacak yönetim kademeleri yok. Yani kurumlar ilkeler belirlese bile o ilkeler duvarlarda kalıyor. Onları ya burada böyle yapmıştık, şurada şöyle yapalım diyen birimler yok. Ve tabi hemen buna şunu eklemem gerekiyor. Teknolojik dönüşüm 90’lardan beri o kadar yoğun oldu ki, bu mesleğe, teknolojik dönüşüm dışında ekonomik dönüşümler de oldu. Bu mesleğe hızlı girişler oldu” (Faruk Bildirici, 2019).

Türkiye’de okur temsilcileri bu görevi yaparken bir yandan da gazetecilik alanında meslek etiğini öğrenmek anlamında geleneksel gazetecilik modelinde önemli yere sahip olan usta-çırak ilişkilerine benzer bir etkileşimi de amaçladıkları görülmektedir. Yavuz Baydar, okur temsilciliğinin ilk uygulanmaya başladığı dönemde gazetecilik mesleğini önemseyen gazetecilerin bu uygulamayı ciddiye aldıklarını, fakat bir direnişle de karşı karşıya kaldıklarını şöyle ifade etmiştir:

“Gazete içerisindeki genç muhabirler, işine sarılmış idealist, mesleğinin içinde yükselmek isteyen meslek ilkelerini tanımak, bilmek ve onları doğru uygulamak isteyen genç muhabirler ve genç servis şefleri veya genç demeyelim sadece veya mesleğini önemseyen kadrolar, bunu ciddiye aldılar. Asıl direniş, yazı işleri içinden geldi. Kısmen, tamamen değil. Bazı yazı işleri müdürleri, bu yazılanları çok da dikkate almadılar. Sanırım bunun da gelip geçici olduğunu, Türkiye’de çoğu şey gelir geçer ya, aktarılmaz ya da bir kenara itilir, ya da bir müddet sonra çürütülür ve anlamsız işlevsiz hale getirilir. Bunu tahmin ettiler kendilerince, beklediler” (Yavuz Baydar, 2019).

Okur temsilcileri gazetecilik mesleğinin kendilerine kazandırdığı tecrübe, bilgi ve birikimle hareket etmektedir. Akçura’ya göre bir okur temsilcisinin yapmış olduğu iş, yalnızca bir haberin beğenilip beğenilmemesiyle ilgili değildir. Bu mekanizmanın en temel işlevi gazetelerin işleyişini şeffaf bir biçimde okura aktarmak, aynı zamanda gazete kadrosundaki herkese okurun ne düşündüğünü iletmeğdir. Fakat görüşmelerden elde edilen bulgulara göre, Türkiye’de okur temsilcileri bu genel görevlerinin dışında iki önemli konuya katkı sağlamayı da amaç edinmişlerdir: İlki, medya etiği konusunda okuru bilgilendirmek ve bu konuda farkındalığı arttırmak; ikincisiyse gazetecilerin mesleki eğitimine katkı sunmaktır.

3.4. GAZETECİLİK ALANININ YAPISAL SINIRLILIKLARI VE OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ

Okur temsilcilerinin üstlendikleri görevi ve kendilerine atfedilen misyonu yerine getirebilmelerinin koşulu gazetecilik alanı içerisinde özerk bir alan elde etmelerine bağlıdır. Gazetecilik alanının tarihselliği bu alanın ekonomik ve siyasal alanın müdahaleleriyle şekillendiğini ve özerk olmadığını ortaya koymuştur. Türkiye’de gazetecilik alanında yaşanan mücadelelerde siyasal alanın ve ekonomik alanın bu alanda sahip olduğu güç, tezin ilk bölümünde tartışılmıştır. Bugün siyasi hesaplaşmaların medya üzerinden, medya aracılığıyla gerçekleştiği, medya arasındaki kutuplaşmanın keskinleştiği, ana akım gazetecilik modelinin son bulduğu bir medya düzeni söz konusudur.

Araştırmada, okur temsilcilerinin okurlardan gelen tepkileri köşelerine taşıma konusunda ya da şikâyetlerden bağımsız bir biçimde kendilerinin tespit etmiş oldukları etik sorunlara ilişkin yazdıkları yazıların yayınlanması konusunda karşılaştıkları sorunların neler olduğu sorulmuştur. Bu sorulara verilen yanıtlar, gazetecilik alanında karşılaşılan sorunların temelde medya sahipliğinden ve siyasal alandan gelen baskılardan kaynaklandığını göstermiştir. Bu nedenle, bu bölümde medya sahipliğinin ve siyasal alanın gazetecilik alanına müdahalesine ve bu müdahalelerin ortaya çıkardığı sorunlara odaklanılmıştır.

Bourdieu’nün alan teorisinde öne çıkan kavramlardan biri de “özerklik”tir. Kültürel üretim alanlarının gittikçe heteronom bir nitelik kazanması alanlardaki güç dengelerinin nasıl dönüştüğünü anlamayı, araştırmayı zorunlu kılmaktadır. Gazetecilik alanıyla ekonomik alanın birbirine zıt alanlar olması gerekirken işleyiş bakımından benzeşmesi bu güç dengelerinin değişiminin anlaşılmasında kilit öneme sahiptir. Türkiye’de gazetecilik alanının ekonomik ve politik baskılara açık bir alan olması, okur temsilciliğinin özerklik mücadelesini gazetecilik alanının özerklik mücadelesinin sınırlarına çekmektedir. Okur temsilcileri, gazetelerden özerk bir alan talep etmektedir; fakat alanın işleyişi bu özerk alanı sunacak niteliğe sahip midir, değil midir sorusunun cevabı da bu bölümde cevaplanacaktır.

3.4.1. Medya Sahiplik Yapısının Yarattığı Sorunlar ve Sınırlar

Gazetelerin ticari işletme mantığıyla işlemesi, ayrıca bu işin maliyetli bir işe dönüşmesi zaman içinde reklam ve satış paylarının arttırılmasına yönelik strateji arayışlarını hızlandırmıştır. Bu stratejiler alanın yapısını, işleyiş mantığını, gazetecilik mesleğini de dönüştürmüştür. Bourdieu'ya göre bu dönüşüm, gazeteciliğin bir alan olarak izleme-oranı aracılığıyla ekonomik alanın baskısı altına almıştır (Bourdieu, 1997, s. 59). Gazetecilik alanına girişte gerekli olan ekonomik sermaye hacminin büyüklüğü, medya sahiplerinin alanda egemen bir konum elde etmelerini kolaylaştırmıştır. Gazete sahiplerinin başka alanlardaki büyük yatırımları, ekonomik alanda sahip oldukları sermaye hacmi onlara piyasayı kontrol etme gücü sağlarken aynı zamanda gazetecilik alanına giriş çıkışları kontrol etme gücü de sağlamıştır. Ekonomik sermayenin gazetecilik alanında güç kazanması, gazete patronlarının gazetecilik uzamı içerisinde egemen konumu işgal ederek elde ettikleri güç; eşitsiz ilişkilere, gazetecilerle medya patronları arasında da eşitsiz mücadelelere neden olmaktadır. Bugün sahiplik yapısı, haber üretim sürecinin her aşamasında etkili olduğu gibi aynı zamanda gazete içerisinde yer alan her failin alandaki konumunu doğrudan belirlemektedir. Bu nedenle, okur temsilcileri de gazetecilik alanında özerk bir alan yaratma mücadelelerinde sık sık medya sahipliği sorunuyla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Okur temsilcilerinin medya sahipliğinden kaynaklanan müdahalelere karşı yürüttükleri mücadele, işten çıkarılmalarıyla sonuçlanmıştır. Yavuz Baydar'a göre okur temsilciliğinin başladıktan kısa bir süre sonra başarısız olmasının nedeni, medya patronları tarafından okur temsilcilerinin profesyonel rollerine yapılan müdahalelerdir.

“Bir noktada korunan, koruma altında olduğunu düşündüğümüz bu ombudsmanlık kurumu geldi duvara çaptı. Duvara çarpmasının nedeni de, okur temsilcisinin kendi tarif edilmiş olan rolüne profesyonel rolüne, müdahale edilmesi ve bir yazısının otosansürden geçirilmesi ve bunların doğrudan doğruya patron tarafından talep edilmesi” (Yavuz Baydar,2018).

Jourdain ve Naulin, sermayeler arasındaki eşitsizliğin, hükmedenlerle hükmedilenler arasında bir güç ilişkisi yarattığına dikkat çeker (2016, s. 125). Gazetecilik alanında sermayeler arasındaki eşitsizlik, gazetecilerle medya patronları ve patron hakkını savunanlar arasında bir güç ilişkisini doğurmaktadır. Bourdieu'nun alanların ve en

önemlisi faillerin toplumsal uzam içerisindeki konumlarının ilişkisel bir biçimde incelenmesi gerektiğini savunmasının nedeni budur. Medya patronunun sahip olduğu sermaye türü ve hacmi onun alanda egemen bir konuma sahip olmasını sağlarken, kamu yararı ilkesini benimseyen gazetecileri onun karşısına konumlandırır. Gazetecilik alanında patronun bulunduğu konum başta olmak üzere tüm çalışanların alandaki konumu birbirini etkilemektedir. İlişkisellik yalnızca failler için değil, alanlar için de geçerlidir. İbrahim Altay’a göre medya sahipliği, alan içinde önemli bir belirleyici güce sahip olsa da içinde yaşanan toplumun politik, kültürel ya da iktisadi dönüşümleri de hem medya hem de medya sahipliği üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahiptir.

“Evet medya sahipliği etkiler mi etkiler. Aslında sadece medya sahipliği değil, içerisinde yaşadığımız ortamdaki bütün belirleyiciler o şeyi belirler. Mesela bir siyasi ideolojik grubun içerisinden geliyorsanız, o grubun ideolojik görüşü sizin dünyaya bakışınızı belirler. Bir tez yazarken bile onun etkisini görebilirsiniz. Ya da bir mahalle çevresi vardır, etkiler, yani görünmez çitler. Bütün insanlar zaten görünmez çitlerin etrafında yaşar, medya sahipliği de böyle bir etki oluşturur. Ama politik, kültürel, iktisadi, bütün faktörlerin zaten insan üzerinde bir sınırlayıcı etkisi vardır” (İbrahim Altay, 2019).

Faruk Bildirici, medya patronlarının yayın yönetmenlerine isteklerini doğrudan bildirdiklerini ve bu bildirimlere göre bir sansürün uygulandığını belirtmiştir. Gazete patronları sahip oldukları medya organlarını, yine sahip oldukları sermaye hacmini korumak, arttırmak, bu amaçla ilişki içinde olduğu tüm şirketleri ve kişileri korumak için kullanmaktadırlar. Yani okur temsilcileri de gazeteciler gibi yazarken yalnızca medya sahipliğinin sansürüyle karşılaşmamakta, aynı zamanda medya patronunun ilişkili olduğu çevresi tarafından da baskı altına alınmaktadır. Bu süreç “editorial bağımsızlık” sorunu yaratmaktadır.

“Bir defa yapısal sorunlarımız var. Yapısal sorunlarımız derken, medya kuruluşlarının sahiplik yapıları. Sahiplik yapıları evet dünyanın her yerinde tamam, tabi ki ticari kuruluşlar bunlar ama patronla gazete yönetimi arasında bir editorial bağımsızlık olması gerekir. Maalesef Türkiye’de editorial bağımsızlık diye bir şey yok. Yok yani hiçbirinde yok. Sıfır noktasında. Gazetenin patronu ya da televizyon patronu genel yayın yönetmenlerine istedikleri talimatı her şekilde verebiliyorlar. Dolayısıyla onların sadece siyasi ya da herhangi bir değerle ilgili yaklaşımı değil, onların şirketleriyle ilgili haberlerde de biz bağımsız davranamıyoruz. Onların şirketleriyle ilgili haberlerde bağımsız davranamayınca, onların arkadaşları, onların dostları, onların şirketlerinin yakından çalıştığı şirketler dolayısıyla ekonomideki

diğer güç odakları vs. onlara karşı da yeterince bağımsız olamıyoruz.” (Faruk Bildirici, 2018).

Faruk Bildirici'nin ifade ettiği gibi, medya sahipliği geniş bir ilişki ağının çıkarlarını muhafaza etmek amacıyla gazetecilik alanında bir baskıya dönüşmektedir. Belma Akçura (2019) okur temsilcilerinin siyasetin, bürokrasinin, ekonomik çıkar çevrelerinin baskılarına boyun eğerek görevlerini yapmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Akçura'ya göre, her gazetenin bir yayın politikası vardır ve işinizi nasıl icra edeceğinizi de bu politikalar belirlemektedir.

Sahiplik yapısının okur temsilciliği uygulanmasının önünde nasıl bir engel yarattığı Yavuz Baydar'ın Milliyet Gazetesi'nden kovulma süreciyle açığa çıkmaktadır. Yavuz Baydar, Milliyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yaparken çalıştığı gazetede yayınlanan bir haberin doğru olmadığını yazdığı için işten çıkartılmıştır. Milliyet Gazetesi, Ankara büro şefi Fikret Bila tarafından kaleme alınan bu haberin doğru olmadığını izini süren Baydar, haberin plantasyon haber olduğunu ortaya çıkarmıştır. Baydar bunu köşesinde yazmak istediğinde patronun acil toplantı talep ettiğini ve sonrasında nelerle karşılaştığını şu şekilde anlatmıştır:

“O toplantı ikili bir toplantıydı ve çok sert geçti. Özetle bu yazıyı yazmamam istendi, yayınlamamam istendi ben de 1999'un 1 Ocak'tan itibaren çok net bir şekilde tarif edilmiş bir işle meşgul olduğumu, bunun görev tarifinin çok net olduğunu bunu yapmadığım bu tarife uymadığım takdirde görev ihmal yapmış olacağımı dolayısıyla almakta olduğum maaşı hak etmemiş olacağımı söyledim. Yani burada çok büyük bir çelişki olduğunu söyledim. Kurumun varlığına yönelik zararlı bir darbe olacağını söyledim ve böyle kapandı mesele. Sonra bu yazı yayınlandı; ancak yazının yayınlanmasından üç dört gün sonra net olarak bir işaret geldi okur temsilcisinin günleri sayılıdır ondan sonra her zaman 1990'lar boyunca bu büyük medya grubu patronlarının yaptığı şey yapıldı. Nasıl ki 1990'lar boyunca hoş gitmeyen bağımsız davranmaya çalışan köşe yazarları Sabah'tı, Milliyet'ti, Hürriyet'ti keyfi bir şekilde işten çıkarıldılarsa aynı şekilde aynı akıbetle ombudsman da uğramış oldu” (Yavuz Baydar, 2018).

Okur temsilcileri, çalıştıkları gazetelerden işten çıkarılan gazetecilerin neden işten çıkarıldıklarını bile yazamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum gazetenin yer verdiği ombudsmanlık kurumunun “hesapverilebilirlik” ilkesine doğrudan yapılan bir

müdahaledir. Faruk Bildirici (2018) okur temsilciliği yaparken gazeteden çıkarılan gazeteciler hakkında gelen soruları ve tepkileri gazete yönetimine ilettiğini; fakat gazete yönetimine neden bunu yaptıklarını sormadığını ve neden böyle bir şey yaptıklarını da yazamadığını aktarmıştır.

Gazetecilik alanının ekonomik alana bağımlılığının yarattığı etik sorunlar, okur temsilcilerinin de mücadele etmek zorunda kaldığı sorunlara dönüşmüştür. Özellikle gazete sahiplerinin yatırımlarının söz konusu olduğu firmaların reklamını alan gazetelerin ekonomi sayfalarında bu firmaları öven yazılar ön plana çıkmaktadır. Faruk Bildirici (2019) gazete sahibi kim olursa olsun bunun işin doğası gereği böyle işlediğini belirtmiştir. Bildirici, Hürriyet'te çalıştığı dönemde gazete Doğan Grubu'na aitken Doğan Holding'in sahip olduğu Aytemiz Petrol ofisiyle ilgili olumlu haberler çıktığını, gazetenin Demirören Holding'e satılmasıyla Total Petrol ofisiyle ilgili olumlu haberler çıkmaya başladığını aktarmıştır.

İbrahim Altay (2019), yazılarına medya sahipliğinden kaynaklanan bir müdahalenin yapılmadığını aktarsa da medya sahiplik yapısının gazetecilik alanında kabul edilmesi gereken bir gerçek olduğuna ve her medya sahipliği dönüştüğünde gazetenin yayın politikasının da dönüştüğünü belirtmiştir.

Ombudsmanlık mekanizmasının gazetecilik alanında uygulanabilirliği, uygulandığı ülkelere ve gazetelere göre değişiklik göstermektedir. Türkiye'de gazetecilik alanının yapısal özellikleri, ombudsmanlık mekanizmasının işleyişinin önünde sınırlılıklar yaratmaktadır. Güray Öz'e göre medya sahipliği, okur temsilciliği uygulamasını doğrudan sınırlandırmaktadır. Özellikle Batı Avrupa ülkelerinde ombudsmanlar gazetelerden bağımsız oldukları için ve gazeteden ücret almadıkları için başarılı olma şansları yüksektir. Öz Cumhuriyet Gazetesi'nde ombudsmanlık yapmanın diğer gazetelere göre daha kolay olarak nitelendirmekte ve özgür olmasını da bununla ilişkilendirmektedir.

“İsveç'te bununla ilgili bir ulusal bir kurum var. O kurum şey yapıyor o yüzden bağımsızlıklarını daha iyi koruyabiliyorlar. Çünkü bir yerden para alıyorsanız eğer

o gazeteden para alıyorsanız, o gazetenin ombudsmanıysanız daha çok zorlukla karşılaşsınız. Yani o yüzden şey atarsa sizi bir şey yapamazsınız. Bizim Cumhuriyet'in farkı şuradaydı, bize şimdi cumhuriyet vakfi, gazetenin genel yayın yönetmeni ombudsmanı atar. Onun dışında kimse onu görevden alıp atamaz. Onun tersi de gazetenin redaksiyonunda yazı işleri yönetimi, gazeteyi çıkaran şirkette bu iki kişi hakkında tasarrufta bulunamaz. Yani genel yayın yönetmenini görevden alamaz. Ombudsmanı da görevden alamaz. Vakfın yönetimini ikna etmesi lazım. O yüzden görece bağımsızlığı vardı. Bundan sonrası için bir şey diyemiyorum” (Güray Öz, 2019).

Gazetede neyi yazıp yazmayacağınız Belma Akçura'ya göre, gazetenin yayın politikasıyla ilgili bir durum, yani genel yayın yönetmeninin tasarrufuna kalmıştır. Okur temsilcilerinin çalıştıkları kurumları eleştirmeleri nerdeyse imkânsız bir hale gelmiştir. Gazeteler okur temsilcilerine, yalnızca genel medya yazıları yazmaları halinde işlerine devam edeceklerini bildirmektedir.

“Ben ilk başladığımda Ombudsman sayfam vardı her hafta yarım sayfayı aşan...8 bin vuruşluk. Yıllar içerisinde o sayfa köşe yazısına döndü. Artık gazetede ki köşemde medya etik kuralları ve yeni medya düzeni üzerine yazıyorum. Ama gazeteye yönelik eleştirileri gazete içerisinde yapıyorum (Belma Akçura, 2019).

Hürriyet Gazetesi'nin Doğan Holding'ten Demirören Grubu'na geçmesinden kısa bir süre sonra işine son verilen Faruk Bildirici, bu süreçte kendisine genel medya yazıları yazma teklifinin geldiğini ve bu teklifi kabul etmediğini belirtmiştir.

“Ben okur temsilciliğini bildiğim gibi yapmaya devam ettim. Yönetime şunu sordum ben Doğan Medya Yayın İlkeleri devam edecek mi, etmeyecek mi? Ben neye dayanarak çalışacağım? Doğan Yayın İlkeleri tarih mi oldu? Doğan Yayın İlkelerini Demirören Yayın İlkeleri olarak kabul edip devam mı edeceğiz, yoksa yeni bir şey mi yazacağız. Bana dediler ki Doğan Yayın İlkelerini Demirören Yayın İlkeleri yapalım sonra da güncelleyelim. Ben Doğan Yayın İlkelerinin adını değiştirdim Demirören Yayın İlkeleri yaptım onu ilan ettim oradan devam ettim. Bir yandan güncelleme çalışmaları yaptım, dediğim yeni metni de gönderdim çünkü eksikler yeni değişmesi gereken yerlerde vardı. Tabi kimse umursamadı onları. Ondan sonra şu an ki tarihi iyi hatırlamıyorum beni İstanbul'a çağırdılar dediler ki, ben gazeteye gelen eleştirileri yazıyorum hala, genel yayın yönetmeni dedi ki patronaj senin böyle devam etmeni istemiyor, sen artık genel medya yazıları yaz ama gazeteyi eleştirme. Ondan önce bir iki yazı üzerinden tartışmalarımız olmuştu. Müdahale etmişlerdi. Bende olmaz öyle şey demiştim. Olurdu olmazdı derken bende atın beni bende rahatlayayım sizde rahatlayın dedim. Yani dedim ben böyle yapamam, istersen dediler başka köşe yaz. Yani dedim ki siz beni orda da özgür bırakmayacaksınız ki” (Faruk Bildirici, 2019).

Belma Akçura'nın da gazetenin baskısıyla genel medya yazılar yazmaya zorlandığını belirten Bildirici, gazetenin kendisini özgür bırakmadığını, kendisine köşe yazarlığı teklif edildiğini fakat bu görevi yaparken de özgür bırakılmayacağından emin olduğu için kabul etmediğini belirtmiştir. Hürriyet Gazetesini eleştirmeden, spesifik doğrudan olmayan siyaset yazıları yazması istenen Bildirici, bu görevi de kabul etmemiştir. Bildirici, işten çıkarılma sürecinde patron ve patronaj tarafından yazılarına yapılan sansürü de açıkça ifade etmiştir.

“Hürriyet eleştirisi yapma, doğrudan spesifik eleştiri yapma istersen genel siyaset yaz. Dedim siz özgür bırakmayacaksınız, rahat bırakmayacaksınız, onu yazma bunu yazma mesleki itibarım kalmayacak. Dedim siz beni şimdi atarsanız ben mesleki itibarımı kurtarabilirim ya da ben böyle yazmaya devam ederek mesleki itibarımı kurtarayım. Gazeteye de katkım olur ama ben sizin dediğiniz gibi yazarsam gazeteye de zararım olur size de zararım olur. Sonra benim varlığım da ortadan kalkar yok olur. Neyse arada devam ettik, ben yazılar yazmaya devam ettim Osman Müftüoğlu'nun bir tonbalığı reklamı vardı. Onu eleştirdim. Tonbalığı reklamı yapıyor, tonbalığı yiyin diyor insanlara ama iki üç ay önce Hürriyet'te yazıları çıkmış tonbalığı yemeyin, dip balıkları yemeyin diye yazıları vardı. Tonbalığı yemeyin diye yazıları vardı. Ağır metal tehlikesi var diye. Dedim ki yani olur mu böyle bir şey. Ondan sonra dediler ki sen yazarımıza yalancı mı diyorsun. Yalancı demiyorum ama ortada bir şey var, insanların hayatı söz konusu. Ya da Ayşe Arman, Bahçeşehir Üniversitesi'nin sahibiyle ilgili bir şey yazmıştı. Dünya Birleşmiş Milletler Eğitime Katkı ödülü aldığını yazmıştı. Bende baktım hayır Birleşmiş Milletler akredite gazeteciler ödülü o. O yazımı da koymadılar, Osman Müftüoğlu'nu da koymadılar. Bir konu daha vardı onu da koymadılar. Ondan sonra bir süre sonra dediler ki güle güle” (Faruk Bildirici, 2019).

Anaakım medyada okur temsilcileri görevlerini yaparken sermaye sahiplerinin müdahalelerine ve bununla ilişkili biçimde gazetenin yayın politikalarının yarattığı sınırlılıklara maruz kalmaktadırlar. Fikir gazetesi olarak adlandırılan ve işletme mantığı ticari gazetelerden farklı olan Cumhuriyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapmış Güray Öz'e göre (2019) Cumhuriyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapmak daha kolaydır. Diğer gazetelerde medya sahipliğinin yarattığı baskıyı yaşamadığını, gazetede her çalışanla doğrudan rahatlıkla ilişki kurduğunu ve eleştirilerini doğrudan sunduğunu vurgulamıştır.

Sonuç itibarıyla, okur temsilcileri doğrudan ya da dolaylı olarak medya sahiplerinin müdahaleleriyle baskılanmış ve engellenmişlerdir. Medya sahipliği, okur temsilcilerinin deneyimleri üzerinden anlaşılacağı gibi doğrudan kendini göstermese bile dolaylı olarak

sınırlar yaratmıştır. Vakıf yönetimine bağlı olan Cumhuriyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapan Güray Öz, diğer okur temsilcilerine göre daha özgür olduğunun altını çizmiştir. Bu durum mülkiyet yapısının basın ve ifade özgürlüğü için bir soruna ve sınırlılığa dönüştüğü bir ortamda ombudsmanlık mekanizmasının da kurumlar içerisinde başarılı olmayacağını göstermektedir.

3.4.2. Siyasal Alanın Gazetecilik Alanına Müdahaleleri ve Okur Temsilcileri İçin Yarattığı Sınırlılıklar

Okur temsilciliğinin ortaya çıktığı dönem AKP'nin siyasal alanda egemenlik kurmaya başladığı dönemdir. Bu dönemde AKP, iktidara geldikten sonra Türkiye burjuvazisi içinde güçlenen İslamcı burjuvazi, AKP'den aldığı destekle medya alanına güçlü bir oyuncu olarak girmeyi başarabilmiştir. Siyasal alanda egemen olan partinin müdahalesiyle medya alanındaki sahiplik yapısının yeniden belirlenmesi, alanı siyasal alanın baskısına açık bir duruma getirmiştir. Bourdieu'nun güçler alanı olarak tanımladığı devlet, siyasal iktidara önemli bir güç kazandırmaktadır. Örneğin; siyasal alanda egemen olan parti, medya alanını kendi kontrolüne alma sürecinde devletin kurumlarını (TMSF, Basın İlan Kurumu, RTÜK) etkin bir biçimde kullanma gücüne sahiptir. Bu geniş yetki alanında egemen olanlar, farklı alanlara müdahale etme gücünü her zaman ellerinde bulundurmaktadır. Türkiye'de siyasal alanda egemen olan AKP'nin müdahaleleriyle gazetecilik alanının oyuncuları yer değiştirmiş, kendi politikalarını destekleyen oyuncular, gazetecilik alanında egemen bir konuma gelmiştir. Bu araştırmanın amacı, medyada yaşanan sorunları AKP'nin alana müdahaleleriyle sınırlandırmak değildir; fakat okur temsilciliğini bu medya politikalarından bağımsız incelemek de mümkün değildir. Medyada sorunlar elbette AKP ile başlamamıştır; fakat okur temsilcileriyle yaptığım görüşmelerde, AKP'nin medya politikalarının okur temsilciliği mekanizmasının uygulanabilmesinin önünde önemli bir soruna dönüştüğü tespit edilmiştir. Okur temsilcilerine göre gazetecilik alanı hiçbir zaman "gül bahçesi" olmamıştır; fakat son yıllarda demokrasi ve özgürlük sorunlarıyla ilişkili bir biçimde gazetecilik alanındaki sorunlar da artmıştır. Faruk Bildirici'ye göre Türkiye'de ezelden beri zaten demokrasi, basın özgürlüğü, ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı gibi alanlarda problemler vardır. Ama bu, AKP iktidarı döneminde özellikle son yıllarda çok daha artmıştır. İbrahim Altay da medyada var olan çürümüşlüğü yeni olmadığına

vurgu yaparken Güray Öz, bu sorunların Türkiye'nin içinde bulunduğu demokrasi kriziyle beraber anlaşılabilirliğinin altını çizmiştir. Çünkü Öz'e göre içinde bulunduğu sistem içerisinde medyanın özerk alan kazanımı söz konusu olamamaktadır.

Türkiye'de medya sahiplik yapısının ve siyasal alanın gazetecilik alanına müdahalesi ilişkiyel bir karakteristiğe sahiptir. Çünkü gazetecilik alanında güçlü bir oyuncu olmanın koşulu, siyasal alanda egemen olanların desteğini almaktır. Bu destekten yoksun medya, genel bir ifadeyle "muhalif medya" olarak adlandırılmakta ve toplumsal uzamda siyasal alanda egemen olanların karşısında yer almaktadır.

Siyasi otoritelerin gazetecilik alanını kontrol altına alma arzusu yeni değildir. Faruk Bildirici, uzun süre gazetecilik yapmış deneyimli bir gazeteci olarak siyasal otoritelerin gazetecilik alanında her zaman bir bağımsızlık sorunu yarattığını belirtmiştir. Gazeteciler gibi okur temsilcileri de bu sorunla karşı karşıya gelmektedir. Fakat Bildirici, tüm bu sorunlara rağmen kamu yararı için gazetecilik yapmaya çalıştıklarını şöyle ifade etmektedir:

"Biz şu anda ne gazete sahipliğine karşı bağımsızız ne Türkiye'deki güç odaklarına karşı bağımsızız, ne Türkiye'deki yerleşik değer yargılarına. Yani ne ideolojilere karşı bağımsızız ne de siyasal otoritelere, siyasal partilere karşı bağımsızız. Tabi ki değiliz. Ama bu her zaman onlara rağmen, onlarla ilişkilere rağmen objektif habercilik yapamayacağımız anlamına gelmiyor. Yani ben yine mümkün olanı yapabilmek noktasındayım özetle. Ve çünkü bakın, şu anda Hürriyet'de de diğer gazetelerde de her şeye rağmen doğru dürüst gazetecilik yapan, yapmaya çalışan birçok insan var. Ve onlar sayesinde bu ülkedeki insanlar bilgi kırıntılarını alabiliyorlar" (Faruk Bildirici, 2018).

Bildirici'nin de ifade ettiği gibi, okur temsilcilerinin bağımsızlığının önünde farklı farklı engeller bulunmaktadır. Belma Akçura da gazetecilerin üzerinde özellikle patronların ve siyasilerin baskı kurduklarının altını çizmiştir. Gazetecilerin de kendi çıkarları için hak savunuculuğu dışında hiçbir kurumun ya da kişinin tarafı olmaması beklenmektedir. Akçura'ya göre bu, bir kişilik ya da ahlak meselesidir. Fakat gazetelerin mülkiyet yapılarının iktidar eliyle yeniden düzenlendiği bir ortamda gazeteler bir propaganda aygıtı gibi işlev görebilmektedir. Bu durum kamuoyunu ilgilendiren bir olayın

gazetelerde yer almamasıyla sonuçlanabilmektedir. Akçura, Gezi Protestoları döneminde okurdan çok fazla şikâyet geldiğini, özellikle Türkiye’de uzun süredir uygulanan toplumsal ayrışma politikalarının okur tepkilerine de yansıdığını vurgulamıştır. Türkiye’nin içinde bulunduğu siyasi atmosfer toplumsal bir karşıtlığa dönüşmüştür. Bu durum okurun gazetelere olan tepkilerine de yansımış, iktidarla yakın ilişkiler içerisinde olan yayın organlarının iktidara karşı gelişmiş bir tepkiyi haberleştirmesi mümkün olmadığı için kamuoyunun bu gazetelere olan güveni azalmıştır. Okur temsilcileri bu gibi durumlarda da gazetenin yayın politikasından dolayı yazamadıklarını belirtmişlerdir.

Okur temsilcileri baskılar nedeniyle Türkiye’nin en fazla okunan gazetelerinin, gazetecilerinin aldıkları cezaları haberleştirmekten, gazetecilerin sorunlarını anlatmaktan bile korkar duruma gelmişlerdir. Güray Öz (2019) en son kendisinin de içinde bulunduğu Cumhuriyet yazarları davasında da bu korkunun gün yüzüne çıktığını belirtmiştir. Bu korkunun nedeni, Cumhuriyet Gazetesi davasında hükümetin tavrıdır. Basın özgürlüğünün olmadığı, gazetecilerin tutuklandığı, gözaltına alındığı, hedef gösterildiği, işlerinden kovuldukları bir ortamda tüm bu yaşananların haberleştirilemiyor olması gazetecilik alanında hâkim olan baskının sonucudur. Basının özgür olmadığı bir ortamda, gazetecilik alanında baskıların arttığı bir dönemde alanın özerkliği için verilen mücadele bir sonuca ulaşmamaktadır.

Okur temsilcilerinin karşılaştıkları sorunlardan biri de siyasetçilerin gazeteleri ve gazetecileri hedef alan söylemleridir. Bu söylemler “basın özgürlüğü” sorununu derinleştirmekte, Belma Akçura’ya göre bu durum, okur temsilcilerinin çalışma koşullarında oto-sansüre neden olmaktadır.

“Bunun dışında olası siyasi ya da ekonomik çevrelerin baskısını üzerinizde hissettiğinizde kendinize otosansür de uygulayabiliyorsunuz, dilinizi yumuşatıyorsunuz, yargılamamaya çalışıyorsunuz ya da görmemezliğe geliyorsunuz... Bu durumda ne yapmanız gerektiği sadece sizin kendi iç hesaplaşmanızla ilgilidir. ‘Ben vereyim gazete uygun bulmazsa kullanmasın da’ diyebilirsiniz” (Belma Akçura, 2019).

Oto-sansür; okur temsilcilerinin okurlardan gelen şikâyetleri görmezden gelmelerine, bu sorunları köşelerinde yazamamalarına neden olmaktadır. Oto-sansür sorunu, bu araştırma için yapılan görüşmeler sırasında da okur temsilcilerini sınırlandırdığı gözlemlenmiştir. Görüşme yaptığım dönemde çalışan okur temsilcilerinden bazıları sorulara kayıt dışı yanıt vermiştir. Ayrıca sorulan soruları yanıtlarken kendi deneyimlerini aktarmanın yanı sıra gazetecilerin genel olarak yaşadıkları sorunları vurgulayarak kendi yaşadıkları sorunların da bu sorunlardan bağımsız olmadığını belirtmişlerdir.

Belma Akçura'ya göre Türkiye'de siyasiler ve gazeteciler tarafından başka gazetecilerin hedef gösterilmesinin sonuçları, nefret söylemlerine yol açmaktadır. Gazetecilerin mesleklerini yaparken kendilerini güvende hissetmemeleri oto-sansürü güçlendirmektedir.

“Örneğin ‘Biri şu adama haddini bildirsin!’ diye başlık atarsanız bunun sonuçlarını bilirsiniz: Bu hedef göstermektir, nefret söylemidir. Bu farklı düşünce ve eylemde bulunanlara hoşgörüsüzlüğün yarattığı bir ötekileştirmedir. Bu tür başlıklarla manşetlerle medya tarihinde yer alan karanlık olayları, birilerini medya hedef gösterdiği için işlenen cinayetleri hatırlatır (Hrant Dink olayında olduğu gibi) meslek ilkelerini de referans alarak hatırlatırsınız” (Belma Akçura, 2019).

Siyasal alanda egemen olanların gazetecilik alanını kendisine yakın sermaye sahipliği oluşturma stratejisiyle nasıl kontrol altına aldığından bahsettik. Kontrol edilemeyen muhalif basın üzerinde etkili olmayan bu stratejiler, muhalif basın üzerindeki baskıyı daha da arttırmıştır. Örneğin 15 Temmuz 2016 tarihinde Türkiye'de yaşanan darbe girişiminden sonra ilan edilen OHAL kapsamında basın özgürlüğü sorunu daha da derinleşmiş, muhalif gazetelere ve gazetecilere yapılan baskı, tehdit, karalama kampanyaları, gözaltı, tutuklamalar giderek artmıştır. Varlık nedenleri basında etik sorunları gidermek olan okur temsilcileri bu durumdan doğrudan etkilenmiş, hükümeti eleştirmenin neredeyse imkânsız hale geldiği bir ortamda okur temsilciliği de bir krize girmiştir. Güray Öz'e göre, Cumhuriyet Gazetesi'nde okur temsilciliği yapmak medya sahipliği bağlamında diğer gazetelerden daha kolay olsa da siyasi alanın bakışı bakımından benzer zorluklara sahiptir. Güray Öz (2019) Cumhuriyet Gazetesi'nde çalışırken yaptığı haber nedeniyle yargılanan ve cezalandırılan bir gazetecidir. Öz'e

göre iktidarın baskısına ve yaptırımlarına dayanan gazetelerin sayısı gün geçtikçe azalmaktadır. Nihayetinde birkaç muhalif gazete kalmıştır ve bu gazetelerin uzun süre direnmesi oldukça zor görünmektedir.

Faruk Bildirici'ye göre, ortam her ne kadar karamsar olursa olsun demokrasi için dürüst, tarafsız gazeteciliğin yapılması gerekmektedir. Gazeteciliğin özgürce yapılmadığı koşullarda olursa da, şartlar ağırlaşsa da gazeteci mücadele etmelidir.

“O zamanda geldiğimiz noktada zemin, zemin derken nasıl söyleyeyim gazeteciliğin özgürce yapılamadığı koşullar. Şimdi bu koşullarda tabi şu da sorulabilir ‘iyi de kardeşim gazeteciliğin doğru düzgün yapılamadığı bir yerde sen hala etikten bahsediyorsun’ da denilebilir? Ama ben de o zaman şunu söylüyorum yani, iyi de biz bu işi doğru düzgün yapmadığımız sürece buradan çıkamayız ve ülkenin de buradan çıkmasına yardımcı olamayız. Demokrasi olmadan gazetecilik, gazetecilik olmadan demokrasi olmaz diye bakıyorum ben. İkisi birbirini bütünleyen şeyler. Bu bir mücadele sorunu yani” (Faruk Bildirici, 2018).

Türkiye’de gazetecilik hiçbir zaman idealleştirilmiş bir formdaki özgürlüğe sahip olmamıştır; fakat gazetecilerin idealleştirilmiş gazetecilik için verdikleri mücadele, alanın temel karakteristiğini de belirlemiştir.

Araştırmanın bulgularına göre, okur temsilciliği alanına en fazla müdahale siyasal alandan gelmiştir. Siyasal alanda egemen olanların gazetecilik alanına yaptığı müdahalelerle kurduğu iktidar, okur temsilcilerinin alan içerisinde konumlarını ve mücadele biçimlerini de doğrudan etkilemiştir. Okur temsilcilerinin alandaki tutumlarının mantığının anlaşılması, yüklendikleri misyonları yerine getirip getirmemeleri gazetecilik alanının yapısını belirleyen bu ilişkisellikle bir bütünlük içerisinde değerlendirilmelidir. Bu nedenle gazetecilik alanında bir sınırlılık ve sorun olarak siyasal alanın müdahaleleri okur temsilcilerinin deneyimleri bağlamında değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, siyasal alan doğrudan ya da dolaylı olarak okur temsilcilerinin görevlerini yerine getirmesinin önünde bir engele dönüşmüştür.

3.5. OKUR TEMSİLCİLİĞİNİN GELECEĞİ

Okur temsilciliği uygulamasının geleceğine dönük bir tartışma yürütürken, uygulamaya yönelik iki temel eleştiriye odaklanmak gerekmektedir. İlk eleştiri, okur temsilcilerinin uzun yıllar çalıştıkları gazetede öz-denetim yapıyor olmalarıyla ilgiliyken, diğer eleştiri ise maaşlarını çalıştıkları gazeteden almalarına yöneliktir. Bu iki eleştiri okur temsilciliği uygulamasına duyulan güveni ve bu mekanizmanın geleceğini de etkilemektedir. Okur temsilcileri bu görevi gazetecilerin üstlenmeleri gerektiği konusunda hemfikirken, bu mesleği uzun süre yaptıkları gazetelerde yapma konusunda farklı düşünmektedirler. Belma Akçura'ya göre (2019), dünyada birçok ülkede ombudsmanlar gazeteci kökenlidir ve hiçbiri bu görevi çalıştıkları gazetelerin avukatlığını yapmak için kabul etmemişlerdir. Bildirici'ye göre (2018), ombudsmanın gazeteci olması dezavantaj değil, aksine çeşitli avantajlar sağlamaktadır. Çünkü okur temsilcisi gazete içerisindeki işleyişi bildiği ve kişileri tanıdığı için ortaya çıkabilecek sorunları öngörebilmektedir. Gazete dışından birinin gazeteyi denetlemesi bir takım sorunlara yol açabilmektedir. Bildirici'ye göre okur temsilcilerinin görevlerini yerine getirmesindeki engel gazeteci olmalarından kaynaklanan sorunla ilişkili değildir, en temel sorun editoryal bağımsızlık sorunudur. İbrahim Altay (2019) okur temsilciliğinin işleyişinde temel sorunun gazeteci olmaktan değil; fakat bu işi uzun süre yapmaktan kaynaklanabileceğine dikkat çekmektedir. Çünkü bu süre içerisinde ombudsmanın gazete içerisinde ya da dışında geliştirdiği ilişkiler görevini yerine getirme noktasında sorunlara yol açabilmektedir. Okur temsilcilerinin gazeteci olmaları değil, uzun süre çalıştıkları gazetelerde, yine uzun süre okur temsilciliği görevini üstlenmeleri güvenilirlikleri konusunda sorunlara yol açabilmektedir. Okur temsilciliğinin veya bu mekanizmaya benzer uygulamaların geleceği açısından bu iki eleştirinin dikkate alınması gerekmektedir.

Okur temsilcilerinin güvenilirlikleri konusunda tartışma yaratan bir başka sorun, maaşlarını çalıştıkları kurumlardan almalarıyla ilgilidir. Örneğin; İsveç'te uygulanan biçimiyle ombudsmanlık bu eleştirilerle karşılaşmamaktadır; çünkü ombudsmanların hükümetle ya da kurumlarla bağı yoktur. İsveç'te ombudsman "bir parlamento üyesi İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcilerinden oluşan üç kişilik

komisyon tarafından seçilir. Maaş ise Yayıncılar Derneği'ndeki gazeteciler tarafından ödenir" (Arvas, 2014, s. 73). Okur temsilcilerinin haklarının güvenceye alınmadığı, maaşlarını bağlı buldukları kurumlardan almalarının yarattığı sorunlar uygulamanın başarısız olmasındaki en önemli nedenlerindendir. Bildirici'ye göre (2019) gelecekte ombudsmanlık en güçlü halini, okur ve izleyicilerden yani toplumdan aldığı destekle kurabilecektir. Ya da bütün medya gruplarının desteklediği tek bir ombudsmanlık kurumu kurulacaktır. Aksi durumda, vakıftan ya da örgütlerden alınan desteklerle kurulursa yine bir bağımsızlık sorunu oluşacaktır.

Okur temsilciliği mekanizmasının işleyişiyle ilgili bir takım sorunlar olsa da, okur temsilcilerine göre ombudsmanlık uygulamasının geleceği doğrudan gazeteciliğin geleceğiyle ve sorunlarıyla ilgilidir. Güray Öz'e göre (2019), Türkiye'de basın iki tehlikeyle karşı karşıyadır. Öncelikle basınla sosyal medya arasındaki geçiş, ikincisiyse basının düşen tirajları. Gazeteler teknik olarak yeni döneme uyum sağlamaya çalışırken, basılı gazeteciliğin yerini internet gazeteciliği almaya başlamıştır. Bu süreçte okur temsilcilerine olan ihtiyaç artmaktadır. Altay'a göre (2019), internet gazeteciliğinde öz-denetimi sağlamak neredeyse imkânsızdır. Çünkü internet gazetelerinin canlı birer site olabilmeleri için normalden daha fazla haber girilmesi gerekmektedir. Ayrıca okur, dijitalleşen ortamda medya gruplarının otoritesini tanımamakta ve kendi fikrini doğrudan paylaşmaktadır. Bu nedenle Altay'a göre, bu medya ortamında okur temsilciliğinin devam etmesi mümkün görünmemektedir. Çünkü bu proje, tıpkı televizyonlarda yer alan izleyici temsilcileri gibi, yalnızca isimleri olan ama uygulanmayan kurumlar olarak varlığını devam ettirebilmektedir. Örneğin; RTÜK izleyici temsilciliğini zorunlu tutsa da Altay'a göre bu durum, bir şeyi zorunlu tutarak bir müessesenin kurulamayacağını göstergesi olmuştur. Bu nedenle Altay'a göre okur temsilciliği öz-denetim için yeterli olmayan bir uygulamadır ve başka formüller üzerinden, daha kurumsal ve daha kalıcı çözümler bulunması gerekmektedir.

Belma Akçura, yeni medya ve değişen habercilik ortamının öz-denetimi etkisiz ve gereksiz bir hale getirdiği yönündeki eleştirileri haksız bulmaktadır. Çünkü "sosyal medyadaki bilgi kirliliği ve bazı kavramların içinin boşaltılması ya da lekelenme hakkı gibi bazı kavramların oluşması zaten, var olan ve gazetelerle sınırlı tutulan okur

temsilciliğinin önemini ortaya koymuştur” (Belma Akçura, 2019). Bu nedenle Akçura’ya göre, yeni medya düzeninde ombudsmanlık kurumuna olan ihtiyaç hem artmış hem de alanını genişletmiştir. Ombudsmanları yalnızca kendi gazeteleri üzerinden yazı yazmakla sınırlandırmak yanlıştır; çünkü Avrupa’da ombudsmanlar dijital medya, yeni medya hukuku, meslek etiği üzerine yapılan çok yönlü tartışmalar içeren yazılar yazmaktadırlar. Ombudsmanlık bu nedenle, yalnızca ombudsmanı olunan gazetelerle sınırlandırılmış bir görev olarak düşünülmemelidir.

Klasik okur temsilciliği kurumunun, dijitalleşen medyanın hızına yetişecek bir biçimde, yeni medya ortamının özelliklerine uygun şekilde yeniden tanımlanması gerekmektedir. Artık gazetecilik, fiziksel olarak basılı gazetelerin sayfalarıyla sınırlı değil; web siteleri, bloglar, sosyal medya ve benzer içerik odaklı dijital platformlar haber erişimini sağlamaktadır. Hem gazetecilik pratiklerinin hem de okurun dönüştüğü bir ortamda öz-denetim modellerine yönelik yenilenmiş uygulamalara ihtiyaç vardır.

İbrahim Altay (2019), okur temsilciliğinin bu medya düzeni içerisinde basın özgürlüğünü kurtaracak mekanizma olarak değerlendirilmesini eleştirmekte ve son bulacağını düşünmektedir. Eğer ombudsmanlık başarısız olursa ya da öz-denetim için yetersiz kalırsa, yerine yeniden yeni bir uygulama konulması gerekmektedir. Bildirici’ye göre ombudsmanlığın son bulduğuna dair görüşler yanlıştır, öz-denetim her zaman gerekli ve zorunludur; bu nedenle ombudsmanların yerlerini “standart editörleri” almaya başlamaktadır. Okur Temsilcileri Örgütü (ONO) 2019 yılında adını Haber Ombudsmanları ve Standart Editörleri Örgütü (The Organization of News Ombudsmen and Standards Editors) olarak değiştirmiş, kendisini dünya çapında basım, yayın ve dijital haber mecralarında ombudsman ve standart editörlerini temsil eden uluslararası bir organizasyon olarak tanımlamıştır.

Standart editörleri okur temsilcilerinden farklı olarak, haber odalarında haber üretim süreçlerine müdahale etmektedir. Yani standart editörleri, okur temsilcileri gibi haberleri yayımlandıktan sonra değil, önce denetlemektedir. Eğer problemler varsa gazeteciler standart editörlerine sormaktadır. Faruk Bildirici’ye göre (2018), yayından önce denetim yapılması daha etkili olmaktadır. Türkiye’de standart

editörlüğüne benzer bir uygulama Hürriyet Gazetesi'nde Doğan Hızlan tarafından kısa bir süre denenmiş, fakat devam etmemiştir. 2010 yılında ilk defa Doğan Hızlan yorum editörü olarak başlamıştır. Hızlan'ın gazetedeği görevi, yazarların yazılarını yayımlamadan önce gazetenin yayın ilkelerine uygunluk yönünden incelemek olarak açıklanmıştır. Yorum editörlüğü daha çok köşe yazarlarının yazılarını denetlemeyi amaçlamıştır. Fakat Bildirici'nin ifade ettiğı, gibi siyasal kaygılar nedeniyle bu girişim de başarısız olmuştur.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bu araştırma, 2000'li yılların başında ortaya çıkan okur temsilciliğinin uygulanabilirliğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu amaçla öncelik olarak gazetecilik alanının tarihselliğine, yapısal özelliklerine, alanda yaşanan mücadelelerde kullanılan stratejilere, okur temsilciliği uygulamasının tarihselliğine yer verilmiştir. Ardından okur temsilcileriyle yapılan derinlemesine görüşme yöntemiyle elde edilen bulgular aracılığıyla okur temsilciliğinin ortaya çıkış öyküsü, genel işleyişi, karşılaştıkları sorunlar, bağımsızlıklarının sınırları, güncel durumu ve geleceğı tartışılmıştır. Okur temsilciliğinin 2000-2019 yılları arasındaki serüveni, okur temsilcilerinin deneyimleri gazetecilik alanına dair önemli bilgiler sunmuştur.

Bir öz-denetim mekanizması olan okur temsilciliğinin ortaya çıkış amacı gazetecilik etiğini korumak, yani okur temsilcilerinin ifadesiyle “kaliteli gazetecilik” yapılmasına katkıda bulunmaktır. Öz-denetimin amacı, devletin ya da dışarıdan başka herhangi bir kurumun gazetecilik alanına müdahalesi olmaksızın, gazetecilerin kendi kendilerini denetleyebilecekleri bir mekanizma geliştirmektir. Öz-denetim girişimlerinin en önemli işlevi, gazetecinin ve gazetelerin basın özgürlüğünü kötüye kullanımına engel olmak ve başta devletten olmak üzere dışarıdan gelebilecek müdahalelere engel olabilecek şekilde basın özgürlüğünü devam ettirebilmektir. Gazetelerin bünyelerinde okur temsilciliği uygulamasına yer vermelerindeki en önemli neden, gazetenin itibarına yönelik duyulan kaygıdır. Gazeteler okur temsilcilerine yer verdikleri için kendilerini “tarafsız” ilan

etmişler ve bu uygulamayı “kamu yararı için gazetecilik” algısı yaratmak için kullanmışlardır. Çünkü gazetelerin kamudaki karşılığı “kamu yararı” ilkesi ne kadar görmezden gelinirse, okur güvenini ne kadar kaybederse gazeteler o kadar işlevsizleşirler. Bu nedenle kamusal tanınırlığı yüksek, gazetecilik alanında “güvenilir gazeteci” olarak tanınmış gazetecilerin gazetelerdeki varlığı, öz-denetim uygulamaları gazetelere sembolik güç kazandırmaktadır.

Okur temsilciliğini konu alan araştırmalar, bu uygulamayı genellikle gazetecilik alanına sağladığı etik katkı bağlamında tartışmaktadır. Okur temsilciliği uygulamasının basın etiği ve basın etiğinin yerleşmesi konusunda etkili olduğunu söylemek mümkündür, fakat bu etkinin sınırları vardır. Bu etkinin sınırlarını bilmek için gazetecilik alanının işleyiş yasalarını bilmek gerekmektedir. Bu nedenle, bu araştırmada Bourdieu'nün alan teorisi aracılığıyla bir alan olarak kabul edilen gazetecilik alanının analizi, alanın heteronomisi yani başka alanlarla olan ilişkiselliği bağlamında ele alınmıştır. Özellikle ekonomi ve siyaset alanının gazetecilik alanına etkisi okur temsilcilerinin çalışma koşullarını doğrudan etkileyen sorunlara dönüşmüştür. Bu nedenle analizin kuramsal çerçevesini kurarken Bourdieu'nün alan yaklaşımından ve iletişimin ekonomi politiği kuramından yararlanmak alanın işleyişini açıklamayı kolaylaştırmıştır.

Görüşmeler analiz edilirken öncelikle okur temsilciliğinin ortaya çıktığı kritik evre, bu uygulamanın ortaya çıkış amacı ve okur temsilcilerinin bu görevi nasıl tanımladıkları üzerinde durulmuştur. Okur temsilcilerinin bu görevi nasıl tanımladıklarını, neden yaptıklarını anlamak alanda verdikleri mücadeleyi anlamak için önemlidir. Türkiye’de gazetecilerin gazetecilik alanındaki konumunun değişmesi, okur temsilciliğinin ortaya çıkış öyküsünde önemli bir yere sahiptir. 2000’li yılların başında basında öz-denetim çabalarının artmasında etkili olan etik sorunların içinde, değişen gazetecilik pratikleri de bulunmaktadır. 1980’lerle beraber gazetecilik pratiklerinin mesleki anlamda dönüşmeye başlaması, öz-denetim sağlayacak mekanizmalarının gerekliliğini ortaya koymuştur. Gazetecilik alanında kültürel sermayeleriyle ve bu sermayenin sağladığı sembolik güçle var olan gazeteciler, alanda güçlenmeye başlayan ekonomik sermayeye sahip olan failere yani medya patronlarına karşı verdikleri mücadelede sahip oldukları gücü ve konumu kaybetmeye başlamışlardır. Gazetecilik alanında yaşanan mücadeleler, tarihsel

süreç içerisinde gazetecilerin ve gazetelerin toplumsal uzam içerisindeki konumunu dönüştürmüştür. Gazetecilik mesleğinin itibar kaybetmesi, okuyucunun güven kaybı hem gazetecileri hem de gazete sahiplerini farklı çıkarları doğrultusunda ortak bir amaçta yani okur temsilciliği uygulamasında birleştirmiştir.

Yapılan görüşmelerde, okur temsilcilerini en fazla rahatsız eden durumlardan biri Türkiye’de okur temsilciliğinin görev ve tanımı okurlardan gelen şikâyetleri almakla sınırlandırılması olmuştur. Fakat Türkiye özelinde okur temsilcileriyle yapılan görüşmeler, okur temsilcilerinin şikâyet almak dışında çok fazla sorumluluklarının olduğunu ortaya koymuştur. Okur temsilcilerinin gazetecileri meslek etiği konusunda bilgilendirmek ve eğitmek, medya etiği konusunda bir bilinç yaratmak, meslek etiğini yeni medya düzenine göre güncellemek, meslek etiği konusunda kılavuzlar hazırlamak gibi çok yönlü işlevleri bulunmaktadır. Okur temsilcileri amaçlarının yalnızca çalıştıkları kurumla ilgili haberleri denetlemek olmadığını, genel olarak medyada yaşanan etik sorunlarla da ilgilendiklerini belirtmişlerdir.

Okur temsilcileri sık sık gazetecilerin gazetecilik alanına giriş nedenlerinin değiştiğini, gazetecilik pratiklerinde meslek etik ilkelerinin görmezden gelindiğini ve bu durumun onları kaygılandığından bahsetmişlerdir. Gazetecilik alanı neoliberal politikalarla yeniden kurgulanırken geçirdiği yapısal dönüşümler gazetecinin de alandaki konumunu dönüştürmüştür. Günümüze gelindiğinde gazetecilik alanında sendikasız, güvencesiz, düşük ücretlerle çalışmak zorunda bırakılan bir gazeteci vardır. Okur temsilcilerinin üzerinde durdukları en önemli konulardan biri de, gazetecilik alanında yaşanan bu dönüşümlerin sonucu olarak gazetecinin eğitiminde önemli yeri olan usta-çırak ilişkisinin son bulması olmuştur. Okur temsilcilerinin bu nedenle amaçlarından biri de bu ilişkinin bitmesinden doğan boşluğu bir nebze olsun doldurabilmek olmuştur.

Okur temsilcilerinin gazetecilik alanında “kaliteli gazetecilik” için mücadele ettikleri doğrudur fakat bu mücadelenin alana sunacağı etik katkının sınırlarını bilmek için okur temsilciliğini alanın yapısı içerisinde tartışmak gerekmektedir. Bu araştırmanın kaygısı, Türkiye’de gazetecilik alanının yapısal özelliği bağlamında basında öz-denetim modeli olan okur temsilciliğinin nasıl bir uygulama alanı bulduğunu tartışmaktır. Okur

temsilciliği uygulamasının en temel iddiası, bağımsızlıktır. Fakat yapılan görüşmelerde okur temsilcileri özgürlüklerinin sınırlarının olduğunu açık bir biçimde ifade etmişlerdir.

Bu araştırmaya gazetecilik alanının heteronom bir özellik taşıdığı ön kabulüyle başlanmış ve okur temsilcilerinin aktardıkları deneyimler, bu ön kabulün onaylanmasını sağlamıştır. Heteronom ile özerklik ilişkisi ters orantılıdır. Bir alanın heteronomisinin yüksek olması demek, başka alanlara bağımlılığının yüksek olduğunu gösterir. Kültürel üretim alanı olarak gazetecilik alanı, özerk olması gerekirken heteronomi sorunu olan bir alana dönüşmüştür. Türkiye’de gazetecilik alanınının siyasi alanla ilişkisi neredeyse gazetecilik tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Fakat Türkiye’de 1980’lerde ekonominin neo-liberal politikalara yönelmesiyle beraber gazetecilik alanı ticari işletmelere benzer biçimde örgütlenmeye başlaması, alanın yapısını tamamen değiştirmiştir. Bu dönüşüm, gazetecilik alanına heteronom bir özellik kazandırmış, alanı özellikle ekonomik ve siyasi alanın kontrolüne ve müdahalesine açık hale getirmiştir. Bu araştırmada, gazetecilik alanının ekonomik ve siyasal alana olan bağımlılığı örnek olaylar, gelişmeler ve mücadelelerle ilişkili bir biçimde tartışılmıştır. Sık sık gazetecilik alanının yapısal dönüşümünün vurgulanmasının ve bu dönüşümün alana heteronom bir özellik kazandırmasına odaklanılmasının nedeni, alandaki failerin konumlarının da bu dönüşümle birlikte yeniden şekillendiğini vurgulamak içindir.

Bourdieu sosyolojisinde failerin sahip oldukları sermaye türleri ve hacmi alandaki konumlarını anlamak adına önemlidir. Gazetecilik alanına farklı amaçlarla giriş yapmış failer bulunmaktadır. Fakat bu araştırmanın odak noktası okur temsilciliği ve gazetecilik alanında egemen konumda olan medya sahipleri olduğu için bu iki failin gazetecilik alanındaki konumu üzerinde durulmuştur. Okur temsilcileri gazetecilik alanında uzun süre bulunmuş, alanın talep ettiği bedensel ve zihinsel yetkinlikleri kazanmış, kültürel sermayesi yüksek olan kişilerdir. Okur temsilcilerinin sahip oldukları bu özellikler ve gazetecilik alanında uğruna mücadele ettikleri şey onları medya patronlarıyla karşı karşıya getirmiştir. Ekonomik sermayenin gazetecilik alanında güç kazanması, gazete patronlarını gazetecilik alanında egemen bir konuma getirirken, gazeteciye ise egemenin karşısında konumlandırmıştır.

Bu araştırmada, okur temsilciliği Bourdieucü bir yaklaşımdan yola çıkılarak gazetecilik alanında, gazetecilerin özerk bir alt alan yaratma mücadelesi olarak tanımlanmıştır. Gazetecilik alanında okur temsilcilerinin ifadesiyle “gazeteci hareketi” olarak başlayan okur temsilciliği uygulaması, bugün yalnızca Milliyet Gazetesi’nde Belma Akçura tarafından devam ettirilmektedir. Özellikle 15 Temmuz 2016 darbe girişimi ve sonrasında ilan edilen olağanüstü hal, hükümetin medya üzerindeki baskısını arttırmıştır. Basın ve ifade özgürlüğünün kısıtlandığı bu dönemde okur temsilciliği mekanizması da işlevsizleştirilmiştir. 30 Kasım 2018’de Sabah Gazetesi okur temsilcisi İbrahim Altay, Daily Sabah Genel Yayın Yönetmenliğine getirilmiş; böylece okur temsilciliği köşesi boş kalmıştır. Ardından Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi Faruk Bildirici 3 Mart 2019 tarihinde işten çıkarılmış ve böylece bir gazete daha okur temsilciliğine son vermiştir. Faruk Bildirici işten çıkarılmadan kısa bir süre önce Hürriyet Gazetesi Doğan Medya Grubu tarafından AKP iktidarına yakınlığıyla bilinen Demirören Grubu’na satılmıştı. Bu satışın ardından gazete yönetimi Faruk Bildirici’den gazeteyi ve hükümeti eleştirmeden genel medya yazısı yazması teklif edilmiş, Bildirici bu teklifi kabul etmeyince işten çıkarılmıştır.

Okur temsilcilerinin gazetecilik alanında özgür ve bağımsız olup olmadıklarını anlamak için sorular sorulmuştur. Bu sorulara verilen yanıtlar okur temsilcilerinin sansüre ve oto-sansüre maruz kaldıklarını ortaya koymuştur. Okur temsilcilerinden bünyesinde çalıştıkları gazeteleri, gazete sahiplerinin ekonomik alanda ve siyasal alanda ilişkili içinde oldukları kişi, grup ya da şirketleri eleştirmemeleri istenmiş, eleştirdikleri durumlarda da yaptırımlara maruz bırakılmışlardır. Heteronom özelliğe sahip gazetecilik alanı hem ekonomik alanın hem siyasal alanın çıkarlarının keşiştiği bir alan olduğu için okur temsilciliği alanı da bu iki alandan bağımsız özerk bir alt yaratma konusunda sorunlarla karşılaşmıştır. Nihayetinde bağımsız olmayan bir alanda ortaya çıkan okur temsilciliği uygulamasının da basın etiğine sunacağı katkı sınırlı olmuştur.

Sonuç olarak okur temsilcilerine sorulan sorulara verilen yanıtlardan bağımsız ve özgür olmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Sansüre ve otosansüre maruz kalan okur temsilcilerinin görevlerini, yüklendikleri misyona uygun bir biçimde yerine getiremedikleri gözlemlenmiştir. Fakat gazetecilik alanında kamu yararının öncelikli

olduğu bir gazetecilik anlayışı için verdikleri mücadeleyle gazetecilik alanında etkili olmuşlardır.

Okur temsilcileri, özellikle yeni medya düzeninde basında öz-denetime olan ihtiyacın artacağını dşunmektedirler. Okur temsilciliğine benzer uygulamalarının ihtiyaçlara göre yeniden düzenlenerek gündeme geleceğini belirten okur temsilcilerine göre, standart editörlüğü uygulaması bu girişimlere verilecek bir örnektir. Standart editörleri haber odalarında haber üretim sürecine doğrudan müdahale edebilen göreve sahiplerdir. Bu nedenle, gazetecilik etiğinde daha etkili bir öz-denetim mekanizması olarak değerlendirilmektedir.

Peki gazetelerin ombudsmanlara olan ihtiyacı artarken ve görev alanları genişlemişken neden gazetelerde çalışan ombudsman sayısı hem Türkiye’de hem de dünyada gün geçtikçe azalmaktadır? ONO’nun 2019 yılında düzenlediği konferansın teması ‘‘Kutuplaşmış Bir Dünyada Gazetecilik’’ olmuştur. Bu konferansta medya kuruluşlarının giderek kutuplaşan kamuoyu tartışmasında ‘‘taraf tutma baskısı’’nın yoğunlaştığı bir dönemde bağımsız gazeteciliğin zorlaştığı tartışılmıştır. Okur temsilciliğine ihtiyacın arttığı bir dönemde sayıca azalmasında kuşkusuz bu kutuplaşmanın da payı büyüktür. Kutuplaşmış bir dünyada ve toplumlarda gazetecilik yapmak zordur, çünkü kutuplaşmalar gerçek bilgiyi nemsizleştirmektedir. Doğru bilgiye olan ihtiyacın önemi tam olarak böyle zamanlarda ortaya çıkmaktadır. z-denetim mekanizmalarıysa doğru bilgi ihtiyacının karşılanması konusunda gazetecilik etiğine ve kamu yararına katkı sağlayacak önemli girişimlerdir.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Adaklı, G. (2010). Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar. B. Çaplı, & H. Tuncel (Dü) içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 61-96). Ankara: Fersa Yayıncılık.
- Akçura, B. (2013). "Medyanın Demokrasi Sınavı" 29.07.2013. <https://www.milliyet.com.tr/the-others/medyanin-verdigi-demokrasi-sinavi-1742918> Erişim Tarihi: 14.09.2019.
- Akdeniz, Y., & Altıparmak, K. (2018). "Türkiye'de Can Çekişen İfade Özgürlüğü: OHAL'de Yazarlar, Yayıncılar ve Akademisyenlerle İlgili Hak İhlalleri" https://www.englishpen.org/wp-content/uploads/2018/03/Turkey_Freedom_of_Expression_in_Jeopardy_TUR.pdf Erişim Tarihi: 15.11.2019.
- Akgül, E. (2013). "Okur Temsilcisi Baydar İşten Çıkarılışını Anlatıyor" 26.07.2013. <https://m.bianet.org/bianet/medya/148765-okur-temsilcisi-baydar-isten-cikarilisini-anlatiyor> Erişim Tarihi: 15.05.2019.
- Akgül, E. (2014a). "Bildirici: Hatalarını Gizleyen Gazetecilik Dönemi Bitmeli" 24.07.2014. <https://m.bianet.org/bianet/medya/157403-bildirici-hatalarini-gizleyen-gazetecilik-donemi-bitmeli> Erişim Tarihi: 18 Ekim 2018.
- Akgül, E. (2014b). "Ombudsmanlığın Meselesi Adil Gazetecilik" 24.07.2014. <https://m.bianet.org/bianet/medya/157404-akcura-ombudsmanligin-meselesi-adil-gazetecilik> Erişim Tarihi: 18 Ekim 2018.
- Akın, D. (2009). "A'dan Z'ye Ertuğrul Özkök operasyonu..." 29.12.2009. <https://t24.com.tr/yazarlar/dogan-akin/adan-zye-ertugrul-ozkok-operasyonu.1399> Erişim Tarihi: 20 Ocak 2019.
- Akın, D. (2013). "Uzun bir Milliyet hikâyesi: Demirören Köşk'e neden gitti?" 12.08.2013. <https://t24.com.tr/yazarlar/dogan-akin/uzun-bir-milliyet-hikayesi-demiroren-koske-neden-gitti.7202> Erişim Tarihi: 15.05.2019.
- Akıncı, M. (1999). *Bağımsız İdari Otoriteler ve Ombudsman*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Alan, Ü. (2015). *Saraydan Saraya Türkiyede Gazetecilik Masalı*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Alankuş, S. (2008). Türkiye'de "Başka" Bir Demokrasi İçin "Başka" Bir Medya ve Habercilik. İ. Cangöz Uygun Adım Medya içinde (s. 177-229). İstanbul: Ayraç Kitabevi .
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralları: Basında Özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Arslan, S. (1986). İngiltere'de Ombudsman Müessesesi. *Amme İdare Dergisi*, 19(1).
- Arvas, İ. S. (2014). *Türk Basınında Etik ve Özdenetim*. İstanbul: Beta Basım.
- Avşar, Z. (2004). Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 87-112.
- Avşar, Z. (2012). *Ombudsman: İyi Yönetilen Türkiye İçin Kamu Hakemi*. İstanbul: Hayat Yayın.
- Ayan, V. M. (2019). *AKP Devrinde Medya Âlemi*. Ankara: Yordam Kitap.

- Aydoğan, T. (2011). Medya Piyasasında Yoğunlaşma: Türkiye Örneği. *İletişim Araştırmaları*, 1(9), 9-42.
- Baydar, Y. (2011). Vicdan Misyoneri Rolündeki Yalnız Kovboy: Kamu Denetçisinin Rolü. B. v. Birleşmiş Milletler Eğitim içinde, *Profesyonel Gazetecilik ve Özdenetim* (s. 59-84). Medya Derneği.
- Bildirici, F. (2018). *Günahlarımızla Yıkandık: Örneklerle Gazetecilik Mesleği Etiği*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*. (H. Tufan, Çev.) İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine*. (T. Ilgaz, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (1999). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*. (N. K. Sevil, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006). *Karşı Ateşler*. (H. Yücel, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Bilimin Toplumsal Kullanımları: Bilimsel Alanın Klinik Bir Psikolojisi İçin*. (L. Ünsaldı, Çev.) Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Bourdieu, P. (2016). *Sosyoloji Meseleleri*. (F. Öztürk, B. Uçar, M. Gültekin, & A. Sümer, Çev.) Ankara: Heretik.
- Bourdieu, P. (2017). *Karşı Ateşler I*. (S. Canpolat, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropolji İçin Cevaplar*. (N. Ökten, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Bulut, Ç. K. (2019). *Sınıfın Sınırlarında: Gazeteciler ve Proleterleşme*. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Büyükavcı, M. (2008). Ombudsmanlık Kurumu. *Ankara Barosu Dergisi*(4), 10-13.
- Calhoun, C. (2007). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı , & Ü. Tatlıcan içinde, *Ocak ve Zanaat* (G. Çeğin, Çev., s. 77-131). İstanbul: İletişim.
- Calhoun, C. (2015). Şimdiki Zamanın Sosyolojik Analizi İçin: Tarihsel Sosyolog Olarak Pierre Bourdieu. P. S. Gorki, & G. Çeğin (Dü.) *Bourdieu ve Tarihsel Analiz* içinde (Ö. Akkaya, Çev., s. 65-111). Ankara: Heretik.
- Cangöz, İ. (2008). Savaş ve Çatışma Ortamlarında Haberci Denetimi: Bir Haber Denetim Stratejisi Olarak İliştirilmiş Gazetecilik. İ. Cangöz, *Uygun Adım Medya: Bir Bilinç Körleşmesi* içinde (s. 149-177). İstanbul: Ayraç.
- Çalışlar, O. (2006). *12 Eylül ve Andıçlanan Gazetecilik*. İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Çam, Ş. (2006). Medya Çalışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik ve Yöntemsel Sorunlar (Doktora Tezi) Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Demir, V. (1998). *Türkiye'de Medya ve Özdenetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demirel, E. B. (2014). Çevirinin Bourdieu Sosyolojisiyle Yapılan Yüzü, Çeviri Sosyolojisi. *Cogito*, 402-417.

- Doğar, K. C. (2014). Postmodern Kamu Yönetimi Anlayışı Çerçevesinde Bir Denetim Paradigması: Ombudsman. *Sayıştay Dergisi*(94), 73-96.
- Düğen, Ü. (2005). Kamu Denetçisi (Ombudsman) ve Türkiye Uygulaması. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eaglaton, T. (1996). *İdeoloji*. (M. Özcan, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Efe, A. (2012). "Okurların Yazar Vekilleri" 3.03.2012. <https://www.basinhayati.net/okurlarin-yazar-vekilleri/> Erişim Tarihi: 12.05.2019
- Efe, H., & Demirci, M. (2013). Ombudsmanlık Kavramı ve Türkiye'de Kamu Denetçiliği Kurumundan Beklentiler. *Sayıştay Dergisi*(90), 49-72.
- Erdem, B. (2015). Türkiye' de Yeni Medya Düzeninin Oluşumunda Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun Rolü. *İnsan ve İnsan*(6), 38-54.
- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(23), 1-26.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Erdoğan, O. (2006). *Kamu Yönetiminde İdari ve Denetsel Açından Ombudsman Kurumu: Türkiye Örneği (Yüksek Lisans Tezi)* Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Erhuman, T. (2000). Türkiye İçin Nasıl Bir Ombudsman Formülü. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 49(1), 155-180.
- Erhuman, T. (1998). Ombudsman. *Amme İdaresi Dergisi*, 31(3).
- Erinç, O. (2005). *Demokrasiye Kitakse: İletişim, Özgürlük ve Medya Yazıları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Etil, H., & Demir, M. (2004). Pierre Bourdieu'nün Bilim Sosyolojisine Katkısı: "Alan Teorisi", "Habitus" Cini ve "Reflektive Talebi". *Cogito*(76), 313-349.
- Evers, H. (2010). Medya Etiği. B. Çaplı, & H. Tuncel içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 45-59). Ankara: Fersa Yayıncılık.
- Evers, H. (2012). The news ombudsman: Lightning rod or watchdog? *Central European Journal of Communication*?, 5(2), 224-242.
- Gore, W. (2008). Öz-denetim Kurumları. M. Ö. Teşkilatı, *Medya Öz-Denetim Rehber Kitabı* içinde (s. 33-45). doi:3-9501995-7-2
- Girgin, A. (2007). Yazılı İletişimde Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 47-62.
- Göker, E. (2007). Ekonomik İndirgemeci mi Dediniz? G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan *Ocak ve Zanaat* içinde (s. 277-372). İstanbul: İletişim.
- Gölönü, S. (1997). Ombudsman ve Yönetimde Halkla İlişkilerin Gelişmesine Etkisi. *Sayıştay Dergisi*(27), 3-14.

- Herman, E., & Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. (E. Abadoğlu, Çev.) İstanbul: bgstyayınları.
- İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İnal, A. (2005). Tarihsel Gelişimi İçinden Gazetecilik Etiğini Yeniden Düşünmek. B. Çaplı, & H. Tuncel *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde (s. 27-44). Ankara: Fersa.
- Jourdain, A., & Naulin, S. (2016). *Pierre Bourdieu'nün Kuramı ve Sosyolojik Kullanımları*. (Ö. Elitez, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Kaya, A. (2017). Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan, *Ocak ve Zanaat* içinde (s. 397-421). İstanbul: İletişim.
- Keane, J. (2010). *Medya ve Demokrasi*. (H. Şahin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Koloğlu, O. (2006). *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Köker, İ. (2018). "Türk basınında son 40 yılın en önemli el değiştirmeleri" 11.04.2018. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-43724656> Erişim Tarihi: 15.11.2019.
- Köse, H. (2004). *Bourdieu Medyaya Karşı*. İstanbul: Papirüs.
- Kuçuradi, İ. (2003). Etik ve Etikler. *Türkiye Mühendislik Haberleri*(423), 7-9.
- Kuyucu, M. (2013). Türkiye Basınında Tekelleşme Tartışmaları : Türkiye'nin ilk Medya Holding Patronu Asil Nadir Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2(5), 18-38.
- Maurus, V. (2008). Ombudsman: Haber kuruluşunda medya öz-denetimi. *Medya Özdenetimi Rehber Kitabı* içinde (s. 67-80). doi:3-9501995-7-2
- McChesney, R. W. (2006). *21. Yüzyılda İletişim Politikaları: Medyanın Sorunu*. (Ç. Çıdamlı, E. Çoşkun, & E. Usta, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- Meens, T. (2010). "Ombudsman": Okur/izleyici ile medya arasındaki kilit isim. B. Çaplı, H. Tuncel, *Televizyon Haberciliğinde Etik* içinde (s. 145-162). Ankara: Fersa.
- Nemeth, N. (2010). Ombudsman Venture Began at Old New York World. *Newspaper Research Journal*, 31(1), 36-51.
- O'Neill, J. (2011). Piyasada Gazetecilik Yapmak. A. Belsey, & R. Chadwick, *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar* içinde (N. Türkoğlu, Çev., s. 31-51). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Öney, S. (2016). "Gazeteciliğin Geleceği" 19.04.2019. <https://www.birikimdergisi.com/haftalik/7636/gazeteciligin-gelecegi#.XUGDG44zbIU> Erişim Tarihi: 01.08.2019.
- Örnek, A. (1991). *Kamu İdaresi*. İstanbul: Meram Yayınları.
- Özcan, Z. (2013). "BÂBİTELLİ'NİN HASAR RAPORU" 5.02.2013. http://www.dorduncukuvvetmedya.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4993:babitellinin-hasar-raporu&catid=68:manset&Itemid=159?prsrc=3 Erişim Tarihi: 08.08.2019.

- Özdemir, B. (2015). *Kamu Denetçiliği Kurumunun İşlevi Yapısı ve Devlet Teşkilatındaki Konumu*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Özgen, M. (2012). Basında Bir Özdenetim Uygulması Olarak Ombudsman. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(16), 27-34.
- Payashoğlu, A. (1969). İdarede Davaları Azaltma Yolları. *Amme İderesi Dergisi*, 2(3).
- Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. Ankara: Ayrıntı Yayınları.
- Saran, C. (2014). Medyada Mülkiyet İlişkileri: AKP Döneminde Medya Sahipliğinde Yaşanan Değişimler. F. Alver (Ed.), *I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi bildiriler kitabı* içinde (s. 355-373). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Sazak, D. (2009). "Krizde okur desteği" 18.5.2009. <https://www.milliyet.com.tr/the-others/krizde-okur-destegi-1095959> Erişim Tarihi: 14.9.2018.
- Sazak, D. (2017). *28 Şubat'tan 15 Temmuz'a, Darbeye, Diktaya, Medyaya İtirazım Var*. İstanbul: İletişim .
- Schudson, M. (2010). Yeni Gazetecilik. D. Crowley, & P. Heyer, *İletişim Tarihi* içinde (s. 208-227). Ankara: Phonenix.
- Sezen, S. (2001). Ombudsman: Türkiye İçin Nasıl Bir Çözüm, Kamu Denetçiliği Kurumu Kanun Tasarısı Üzerinde Bir Değerlendirme. *Amme İdaresi Dergisi*, 34(4), 71-96.
- Shepard, A. (2008). "DOES THE WORLD NEED MORE NEWS OMBUDSMEN?" 05.06.2008. <https://www.npr.org/sections/publiceditor/2008/06/05/91187567/does-the-world-need-more-news-ombudsmen> Erişim Tarihi: 20.09.2019.
- Sönmez, M. (2010). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Sözeri, C. (2013, 10 10). *Türkiye'de medya sahipliği ve getirileri*. 09 1, 2019 tarihinde T24: <https://t24.com.tr/haber/turkiyede-medya-sahipligi-ve-getirileri,244181> adresinden alındı
- Swartz, D. (2011). *Kültür ve İktidar*. (E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Swartz, D. (2015). Bourdieücü Perspektiften Sosyolojik Analiz İçin Metailekeler. P. S. Gorski, & G. Çeğin (Dü.), *Bourdieu ve Tarihsel Analiz* içinde (Ö. Akkaya, Çev., s. 41-65). Ankara: Heretik.
- Şen, F., & Avcı, Z. (2012). Türkiye'de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(35), 42-60.
- Şimşek, A. A. (2013). *Ombudsman Başvuru El Kitabı ve Mevzuat*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Şimşek, H., & Yıldırım, A. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Taş, O. (2005). Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi. B. Çaplı, & H. Tuncel içinde, *Televizyon Haberciliğinde Etik* (s. 3-23). Ankara: Fersa.
- Taş, O. (2010). Gazeteciliğin Doğuşu: Eleştirel Bir Tarihyazımına Doğru. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 29-66.

- Taş, O. (2012). *Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları: Profesyonellik, Piyasa ve Sorumluluk*. İstanbul: İletişim .
- Tatlıcan , Ü., & Çeğın, G. (2007). Bourdiu ve Giddens: Habitus ve Yapının İkililiğı. G. Çeğın, E. Göker, & Ü. Tatlıcan, *Ocak ve Zanaat* içinde (s. 303-367). İstanbul: İletişim.
- Tayşı, İ. (1997). Ombudsman Kurumu ve Ülkemizde Uygulanabilirliğı. *Sayıştay Dergisi*(25), 106-123.
- Tekelioğlu, T. (2015). *YA BİZDENİN YA DA...* İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Temizel, Z. (1997). "Yurttaşların Yönetime Karşı Korunmasında Bağımsız Bir Denetim Organı:Ombudsman. *Yeni Türkiye*(14).
- Tılıç, D. (2019). "*Tape tape kullanılan gazetecilik*" 14.06.2019. <http://ayrintidergi.com.tr/akp-doneminde-medya-tape-tape-kullanilan-gazetecilik/> Erişim Tarihi: 01.08.2019.
- Toktaş, S. (2010). 1980 Sonrası Değışen Medya Ortamında Gazeteci: Zanaatkâr mı Profesyonel mi? *Mülkiye Dergisi*, 19(269), 147-170.
- Tosun, G. E. (2007). İnsan Hakları ve Medya. S. Alankuş, *İnsan Hakları Haberciliğı* içinde (s. 80-105). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Tutal, E. (2014). *Dünya'da ve Türkiye'de Ombudsmanlık*. Ankara : Adalet Yayınevi.
- Usta, H. (2014). Türkiye'de Ombudsman (Kamu Denetçiliğı) Kurumu. *Denetişim Dergisi*(14), 59-64.
- Uzun, R. (2011). *İletişim Etiğı: Sorunlar ve Sorumluluklar*. Ankara: Dipnot.
- Uzunoglu, S. (2018). Gazeteci Emeğinin Dönüşümü ve Güvencesizleşme: Türkiyeli Dijital Haber Odalarının Serbest Muhabirleri Üzerine Bir Çalışma. *Moment*, 2(5), 195-218.
- Wacquant, L. (2007). Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entellektüel Gelişimi. G. Çeğın, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan, *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde (s. 33-53). İstanbul: İletişim.
- Wacquant, L. (2014). Simgesel İktidar ve Grup Oluşumu: Pierre Bourdieu'nün Sınıfı Yeniden Çerçevelemesi Üzerine. *Cogito*(76), 205-229.
- Yasin, M. (2011). *İdarenin Yasama Tarafından Denetlenmesi*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2016). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot.
- Yaylagül, L. (2019). Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 134-152.
- Yazıcıoğlu, Y. (2020). "*Gazeteciler Cumhurbaşkanlığı'na Sordu: Basın Kartlarımız Nerede?* " 27.01.2020. <https://www.amerikaninsesi.com/a/gazeteciler-cumhurba% C5% 9Fkanl% C4% B1% C4% 9F% C4% B1-na-sordu-bas% C4% B1n-kartlar% C4% B1m% C4% B1z-1-y% C4% B1ld% C4% B1r-nerede-/5262043.html> Erişim Tarihi: 12.0212020.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüce, M., & Beyce, A. (2013). *Kamu Denetçiliğı Hukuku*. Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi.

Yücedağ, İ. (2016). "Habitus"tan "Mutatlaştırma"ya Toplumsalın İnşası. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*(37), 111-113.

Zengin, G. (2017). Yerel Yönetimlerde Kamu Denetçiliği: İngiltere Yerel Yönetim Ombudsmanlığı. *Strategic Public Management Journal*, 3(6), 35-56.

İnternet Kaynakları

bianet.org (2008a). "Başbakan da, Aydın Doğan da Bildiklerini Açıklasın" 8 Eylül 2008. <http://bianet.org/bianet/print/109566-basbakan-da-aydin-dogan-da-bildiklerini-aciklasin> Erişim Tarihi: 12 Eylül 2019.

bianet.org (2008b). "Hükümete yakın gazeteler Erdoğan'ın boykot önerisini önemsemedi" 19 Eylül 2008. <https://m.bianet.org/bianet/medya/109823-hukumete-yakin-gazeteler-erdogan-in-boykot-onerisini-onemsemedi> Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2019.

bianet.org (2019a). "Basın Kartı Yönetmeliğinin İptali Davasında Cumhurbaşkanlığı Savunma Yapacak" 6 Haziran 2019. <http://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/209802-basin-karti-yonetmeliginin-iptali-davasinda-cumhurbaskanligi-savunma-yapacak> Erişim Tarihi: 11 Şubat 2020.

bianet.org (2019b). "Türkiye Dünyadaki En Büyük Gazeteci Hapishanesi" 13 Şubat 2019. <https://bianet.org/bianet/ifade-ozgurlugu/205443-turkiye-dunyadaki-en-buyuk-gazeteci-hapishanesi> Erişim Tarihi: 8 Ağustos 2019.

borsagundem.com (2013). "Türkmedya kime satıldı?" 21 Kasım 2013. <https://www.borsagundem.com/haber/turkmedya-kime-satildi/164225> Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2019.

cnnturk.com.tr (2008a). "Aydın Doğan: Bizde biat kültürü yok". 7 Eylül 2008. <https://www.cnnturk.com/2008/turkiye/09/07/aydin.dogan.bizde.biat.kulturu.yok/492752.0/index.html> Erişim Tarihi: 16 Ağustos 2019.

cnnturk.com.tr (2008b). "Erdoğan'a atv-Sabah satışıyla ilgili gensoru" 14 Mayıs 2008. <https://www.cnnturk.com/2008/turkiye/05/14/erdogana.atv.sabah.satisiyla.ilgili.gensoru/458961.0/index.html> Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2019.

freeturkeyjournalists.ipi.media (2018). "Yeni Basın Kartı Yönetmeliği'ndeki değişiklikleri kınıyor" 18 Aralık 2018. <https://freeturkeyjournalists.ipi.media/tr/ipi-yeni-basin-karti-yonetmeligindeki-degisiklikleri-kiniyor/> Erişim Tarihi: 20 Şubat 2020.

Gazeteciler Cemiyeti. (2016). Gazeteciler Cemiyeti İfade ve Basın Özgürlüğü Raporu. Erişim Adresi: http://sivildusun.net/wp-content/uploads/2017/08/5767_PFF_2016_y%C4%B1%C4%B1_RAPORU_tu%CC%88rk%CC%A7e.pdf

hrw.org.tr (2006). "Türkiye Basını Sustumak: Hükümetin Eleştirel Gazeteciliğe Karşı Derinleşen Saldırısı" 15 Aralık 2016 <https://www.hrw.org/tr/report/2016/12/15/297659> Erişim Tarihi: 4 Aralık 2019.

independentturkish.com (2019). "Dünya Basın Özgürlüğü gününün hatırlattığı raporlar ve Türkiye'nin kırık karnesi" 5 Mart 2019.

<https://www.independentturkish.com/node/27536/haber/d%C3%BCnya-bas%C4%B1n-%C3%B6zg%C3%BCrl%C3%BC%C4%9F%C3%BC-g%C3%BCn%C3%BCn%C3%BCn-hat%C4%B1rlatt%C4%B1%C4%9F%C4%B1-raporlar-ve-t%C3%BCrkiye%E2%80%99nin-k%C4%B1r%C4%B1k-karnesi-12-%C3%BCubat-2020>.

internethaber.com (2013). "NTV özür diled: Hata yaptık?" 4 Haziran 2013.

<https://www.internethaber.com/ntv-ozur-diledi-hata-yaptik-543275h.htm> Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2019.

medyaradar.com.tr (2009). "TÜRKİYE'DE HİÇBİR GENEL YAYIN YÖNETMENİ, KENAN TEKDAĞ İLE BOY ÖLÇÜŞEMEZ!..KEŞKE..." YİĞİT BULUT'TAN GÜNDEM YARATACAK AÇIKLAMALAR!" 19 Kasım 2009.

<https://www.medyaradar.com/turkiyede-hicbir-genel-yayin-yonetmeni-kenan-tekdag-ile-boy-olcusemezkeske-yigit-buluttan-gundem-yaratacak-aciklamalar-haberi-40300> Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2019.

Organization of News Ombudsmen(ONO) <https://www.newsombudsmen.org/>

radikal.com.tr (2008). "12 soruda deniz feneri davası" 11 Eylül 2008.

<http://www.radikal.com.tr/turkiye/12-soruda-deniz-feneri-davasi-898145/> Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2019.

t24.com.tr (2011). "Özök: '411 el kaosa kalktı' sözü için pişman değilim" 4 Mayıs 2011.

<https://t24.com.tr/haber/ozkok-411-el-kaosa-kalkti-sozu-icin-pisman-degilim,143035> Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2019.

EK 1 :

Görüşme Soruları

- 1) Okur temsilciliğine ne zaman ve nasıl başladınız, neden bu görevi kabul ettiğinizden biraz bahsedebilir misiniz?
- 2) Okur Temsilcilerinin vasfı, amacı, görevleri ve yetkileri nelerdir? Yaptırım güçleri var mıdır? Çoğu okur temsilcisi, yıllarca gazetecilik yapmış olduğu gazetede okur temsilcisi olarak görev almaktadır. Okur Temsilcisi ve Gazeteci arasındaki farklar nelerdir?
- 3) Okur Temsilcileri sendikalı mı? Maaşlarını kimden alır? Bağımsızlıkları yasalarla güvence altına alınmış mıdır? Keyfi şekilde işten çıkarılabilirler mi?
- 4) Okur temsilcileri gazetecilikte etik ilkeler oluşturmak için neleri kaynak olarak kullanıyorlar? (Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi gibi)
- 5) Okurlar size nasıl ulaşıyor ve ortalama günde kaç okurdan bildirim alıyorsunuz. Okurlardan gelen şikâyetleri genellersek en çok hangi konularda size şikâyet geliyor? Eğer bir seçim yapıyorsanız bunu neye göre yapıyorsunuz?
- 6) Özellikle 2000’li yılların başında iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşümler hem gazeteleri hem de okuru değiştirmiştir. Okur Temsilciliğinin ortaya çıkmasında bu dönüşümlerin etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?
- 7) Okur Temsilcisi olarak görmezden gelmek zorunda kaldığınız bir okur şikâyet oldu mu?
- 8) Okur Temsilcisi olarak okuyucularla ve gazete arasında bir aracısınız. Her iki tarafta da en sık karşılaştığınız sorunlar nelerdir?
- 9) Kamuoyunu ilgilendiren bir olayın gazetenizde yer almaması durumunda okurlarınızdan gelen baskı sonucu bu olayı haber yapma gücünüz var mı? Böyle bir durumla karşılaştınız mı?
- 10) Uluslararası Haber Örgütü’ne (ONO) üye misiniz?
- 11) Dünya genelinde ombudsmanlık deneyimleri benzer midir? Türkiye’nin “basın özgürlüğü” konusunda yaşadığı sorunlar bu deneyimi farklılaştırmakta mıdır?
- 12) Uzun vadede okur temsilciliğinin gazetecilik mesleğinin yaşadığı bunalıma bir çözüm olacağını düşünüyor musunuz?

- 13) Değişen gazeteciliğe kültürüne ombudsmanların etkisi olacağını düşünüyor musunuz?
- 14) Ana akım gazetelerde bağımsızlığın mümkün olamayacağı yönünde bir iddia söz konusu, siz bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Bu iddiayı savunanlar Türkiye’de medyanın siyasi iktidara göre el değiştirdiğini vurgulamakta ve bu gazetenin editoryal bağımsızlığını engellediğini düşünmektedir. Bu siyasi dalgalanmadan okur temsilcisi olarak etkilenmekte misiniz?
- 15) Gazetecilikte etik kuralların uygulanmasının önünde birçok engel vardır. Fakat en sık karşılaşılan sorunlardan biri sermaye yapısı diğeri de gazetelerin sansasyonellik arayışıdır. Bu ikisi ticari gazetelerin doğasında vardır. Hem bu özelliklere sahip olup hem de kamu yararına etik bir gazetecilik yapmak mümkün mü?
- 16) Gazetecilikte kamu yararına etik bir gazeteciliğin yaratılmasında ombudsmanlık kurumu yeterli midir? Eğer değilse sizce ne tür önlemler alınmalıdır?



HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
AYDINLATILMIŞ ONAM FORMU

- Lütfen bu belgeyi dikkatlice okuyunuz.
- Bu belgeyi imzalayarak çalışmaya katılımı gönüllü olarak kabul ettiğinizi beyan etmiş olmaktadır.
- Çalışma ile ilgili anlayamadığımız ya da sizin için açık olmayan konuları / yerleri lütfen araştırmacıya sorunuz.

Araştırma ile İlgili Bilgiler

Araştırmanın Adı: Gazetecilik Alanında Etik Arayışlar: Okur Temsilciliği

Araştırmanın Nedeni: Tez Çalışması

Araştırmanın Amacı: Gazetecilik alanında bir öz-denetim uygulaması olarak ortaya çıkan “okur temsilciliğinin” Türkiye’de ki tarihsel yolcuğunu ortaya koymak ve okur temsilciliğinin basın-özdenetiminde ve aynı zamanda basın etiğine katkısını anlamak için gazetecilik endüstrisinde çalışmış ve çalışmakta olan okur temsilcileriyle görüşülmesi sonucu tez konusu ile ilgili bilgilerin/verilerin elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Öngörülen Süresi: 12 ay

Araştırma İle İlgili Sorumluluklar, Gönüllülük ve Çalışmadan Çekilme Hakkı

- Araştırmaya hiçbir baskı ve zorlama altında olmaksızın gönüllü olarak katılıyorum.
- Araştırmaya katılmayı reddetme hakkına sahip olduğum bana bildirildi.
- Araştırmacıyı bilgilendirmek kaydıyla, hiçbir gerekçe göstermeksizin istediğim zaman bu çalışmadan çekilebileceğimin bilincindeyim.
- Çalışmanın yürütücüsü olan araştırmacı, çalışma programı dâhilinde ve araştırma prosedürüne göre onayımı almadan beni çalışma kapsamından çıkarabilir.
- Bu çalışmadan elde edilecek enformasyon / veriler tamamen araştırma amacı ile ilgili kullanılacaktır.

Araştırma Konusundaki Soruların Cevaplandırılması

Araştırmanın yürütülmesi sırasında olası sorular, görüşler, şikâyetler ve haklarım konusunda bilgi almak için belirtilen kişilerle bağlantı kurmam yeterli olacaktır.

Araştırmacı: İpek Kaya
Tel: 0 507 3927342
E-mail: ipek.kaya90@gmail.com

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Mutlu Binark
Tel: 0(312) 297 62 30
E-mail : binark@hacettepe.edu.tr

Çalışmaya Katılma Onayı

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce araştırmacıya verilmesi gereken bilgileri gösteren ‘‘Aydınlatılmış Onam Formu’’ adlı metni okudum, soru sorma olanağı tanındı ve sorulara tatminkâr cevaplar aldım. Çalışmanın kapsamını ve amacını gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Bu koşullarda, söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının Adı – Soyadı:

Katılımcının Çalıştığı Kurum ve Unvanı:

E-posta:

Tel:

Tarih:

İmzası:

Açıklamaları Yapan Araştırmacının Adı – Soyadı:

Tarih:

İmzası: