



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Kamu Yönetimi Yüksek Lisans Programı

**TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ:
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Özge DÜZGÜN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2013



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Kamu Yönetimi Yüksek Lisans Programı

**TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ:
BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

Özge DÜZGÜN

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2013

TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Özge Düzgün tarafından hazırlanan "Türkiye'de Medya Etiğine Bakış: Bir Alan Araştırması" başlıklı bu çalışma, 18.06.2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jüriimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Doğan Madı Letelici

Özge DÜZGÜN

Prof. Dr. Mahmut Arslan

Prof. Dr. Mahmut Arslan

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı
Kamu Yönetimi Yüksek Lisans Programı

Doç. Dr. Uğur Özgünülşen

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

Yüksek Lisans Tezi

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Yusuf Çelik

Ankara, 2013

KABUL VE ONAY

Özge Düzgün tarafından hazırlanan “Türkiye’de Medya Etiğine Bakış: Bir Alan Araştırması” başlıklı bu çalışma, 18.06.2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Doğan Nadi Leblebici

Prof. Dr. Muhittin Acar

Prof. Dr. Mahmut Arslan

Doç. Dr. Mehmet Devrim Aydın

Doç. Dr. Uğur Ömürgönülşen

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Yusuf Çelik

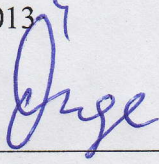
BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun bir yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

18.06.2013

İmza



Özge DÜZGÜN

TEŞEKKÜR

Çalışma süresince tüm bilgilerini benimle paylaşmaktan kaçınmayan, her türlü konuda desteğini benden esirgemeyen ve tezimde büyük emeği olan, aynı zamanda kişilik olarak da bana çok şey katan danışman hocam sayın Doç.Dr. Mehmet Devrim Aydın'a ve sayın hocalarım Prof. Dr. Doğan Nadi Leblebici, Prof. Dr. Muhittin Acar, Prof. Dr. Mahmut Arslan, Doç. Dr. Uğur Ömürgönülşen'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tezin hazırlanma sürecinde emeği geçen ve benden desteklerini esirgemeyen Sn. İsmail Hakkı Dura'ya teşekkürlerimi sunarım. Bütün süreçte yanımda olan ve manevi anlamda sürekli beni cesaretlendiren ve bana destek olan eşim Gökhan Halil Düzgün'e teşekkür ederim. Kurumlarda anket çalışmalarında bana destek olan bütün arkadaşlarıma da çok teşekkür ederim.

Çalışma bulguları, araştırmaya dahil edilen kurumlarda katılımcıların medyaya olan ilkeleriyle ilgili bir şekilde yayın yaptıkları konusunda göstermektedir. Ayrıca RTÜK'ün yaptıkları uygulamalar eşit mesafede durmadığı ve siyasi iktidardan bağımsız davranmadığı yönünde de olumsuz bir algıya sebep olmaktadır. Bu algıya kamu yönetimi tarafından önemli işlevini kaybeden kurumların ve yasaların idare açısından yeterliliğini gerçekleştirme için. Ayrıca kamu yönetimlerindeki bir halkla ilişkiler uzmanı gibi medya araçlarını kullanmasını seçilmesi, hizmet tanıtımı ve bilgilendirme konularındaki eksiklerin giderilmesi için yeni vizyonlar üretmeye beklemektedir. Medya etiği ile ilgili idarelerin kararlarında tarafsızlığın tesisi kamu yönetimini ilgilendiren bir konudur.

Anahtar Sözcükler: Kamu Yönetimi, Medya Etiği, RTÜK, Medya ve Kamu Yönetimi, Etik.

ÖZET

DÜZGÜN, Özge *Türkiye'de Medya Etiğine Bakış: Bir Alan Araştırması*, Post-Graduate Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2013

Kamu yönetimi medya, yapılan hizmetlerin tanıtımı ve kamuoyunun bilgilendirilmesi açısından önem arz etmektedir. Medya alanı üzerinde devletin denetimi hassas bir konu olmakla birlikte, bu alanın nasıl düzenleneceği de idare açısından önemli bir konudur. Bu çalışmada kamu yönetimi ve medya arasındaki ilişkiye ışık tutulmaya çalışılmış, kamu idaresi ile medya arasındaki bu ilişkinin boyutları incelenmiştir.

Çalışmada kamu idaresi ve medya arasındaki ilişkinin, kamu ve özel sektör çalışanları tarafından nasıl algılandığı sorusuna cevap aranmıştır. Konu teorik olarak tartışıldıktan sonra alan araştırması bölümüne geçilerek medya etiğine ilişkin algı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu algının tespiti için anket yöntemine başvurulmuştur. Üç kamu kurumu ve üç özel sektör kuruluşundan toplam 180 katılımcıya ulaşılmıştır. Edinilen bulgular ışığında, sonuçlar analiz edilmiş ve çalışmanın sonunda genel bir değerlendirmeye yer verilmiştir.

Çalışma bulguları, araştırmaya dahil edilen kurumlarda katılımcıların medyanın etik ilkelere duyarlı bir şekilde yayın yaptığına inanmadığını göstermektedir. Ayrıca RTÜK'ün yaptırım uygularken eşit mesafede durmadığı ve siyasal iktidardan bağımsız davranmadığı yönünde de olumsuz bir algının öne çıktığı gözlenmektedir. Bu algının kamu yönetimi açısından önemi, işlevini kaybeden kurumların ve yasaların idare açısından yenilenmesini gerçekleştirmektir. Ayrıca kamu yöneticilerinin bir halkla ilişkiler uzmanı gibi medya araçlarını kullanmasını sağlanması, hizmet tanıtımı ve bilgilendirme konularındaki eksiklerin giderilmesi için yeni çözümler üretilmesi beklenmektedir. Medya etiği ile ilgili idarenin kararlarında tarafsızlığın tesisi kamu yönetimini ilgilendiren bir alandır.

Anahtar Sözcükler: Kamu Yönetimi, Medya Etiği, RTÜK, Medya ve Kamu Yönetimi, Etik.

ABSTRACT

DÜZGÜN, Özge. *Regards to the Media Ethics in Turkey: A Field Study* Post Graduate Thesis, Ankara, 2013

In the public administration area, media carries importance at the aspects of introduction of services and informing the public. While government's audit over the media is a delicate matter, how this area would be regulated is also an important topic. This study has tried to shed some light into the relationship between the public administration and media, also made researches about the dimensions of this relationship.

Study has searched the answer to the question of how the relationship between public agency and media are being perceived by public and private sector employees. First the topic was discussed theoretically. After this, in the field study section the perception to the media ethics has been tried to reveal. In order to detect this perception survey method has been used. Total of 180 participants had been reached from three public and three private institutions. With the findings that had been achieved, outcomes have been analyzed and in the end a general review has been made.

Findings of the study revealed that the participants believe, while broadcasting media isn't sensitive to the ethical values. Also a negative perception emerged that RTÜK doesn't treat equally while imposing sanctions and isn't independent from government. The importance of this perception at the public administration area is, the institutions and laws that haven't function anymore must be renewed. Also there are some expectations from the public administrators that these people must use media devices like a public relations specialist, new solutions must be made in order to eliminate the shortcomings in the topics of introducing the services and informing the people. Objectivity in government's decisions related with media ethics involves the public administration area.

Key Words: Public Administration, Media Ethics, RTÜK, Media and Public Administration, Ethics.

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	i
BİLDİRİM.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	x
TABLOLAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM: GENEL OLARAK ETİK KAVRAMI VE MEDYA ETİĞİ	3
1.1. ETİK KAVRAMI	3
1.2. GENEL AHLAK (ETHIC) VE AHLAK FELSEFESİ (ETHICS) AYRIMI	12
1.3. ETİK TÜRLERİ	14
1.3.1. Normatif ve Normatif Olmayan Etik	14
1.3.2. Meslek Etiği ve İş Ahlakı	20
1.4. MEDYA ETİĞİ.....	26
1.4.1. Medya Etiğinin Tanımı.....	27
1.4.2. Medya Etiğinin Ortaya Çıkış Süreci ve Temelleri.....	28
1.4.3. Küreselleşme, Yeni Medya Ortamı ve Medya Etiği.....	32
1.4.4. Medya ve Kamu İlişkisinde Medya Etiğinin Önemi	36
2.1. DÜNYADAKİ DÜZENLEMELER	41
2.1.1. Amerika'daki Etik İlkeler ve Kamusal Düzenlemeler.....	42
2.1.2. Avrupa'daki Etik İlkeler ve Düzenlemeler	45
2.1.2.1. İngiltere.....	49
2.1.2.2. Fransa.....	53
2.2. TÜRKİYE'DEKİ DÜZENLEMELER.....	55
2.2.1. Türkiye'de Yayıncılık Alanındaki Etik İlkeler.....	55
2.2.2. Basın Ahlak Yasası Ve Basın Şeref Divanı.....	58
2.2.3. Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri.....	60
2.2.4. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Gazetecinin Hak ve Sorumlulukları	60
Bildirgesi.....	61
2.2.5. Türkiye'de Yayıncılık Etik İlkeleri.....	61
2.3. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU	62
2.3.1. Kuruluşu ve Yapısı	62
2.3.2. Amacı ve Görevleri.....	64
2.3.3. Denetleme ve Yaptırım Yetkisi	65

3. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ-BİR ALAN	
ARAŞTIRMASI	69
3.1. ARAŞTIRMA EVRENİ	69
3.1.1. Katılımcıların Kurumlar İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı.....	70
3.1.2. Katılımcıların Cinsiyet Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı.....	70
3.1.3. Katılımcıların Yaş Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı	71
3.1.4. Katılımcıların Kıdem Durumları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	71
3.1.5. Katılımcıların Haber Okuma/Dinleme Sıklığı İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	71
3.2. ANKET FORMU	72
3.2.1. Araştırma Soruları.....	73
3.3. ANALİZ	75
3.3.1. Analiz Sonuçları	75
3.3.1.1. Güvenilirlik Analizi	75
3.3.1.2. Diğer Analizler	77
3.3.1.2.1. Etik ve İlkeli Yayın Algısı	77
3.3.1.2.2. Etik ve İlkeli Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması	77
3.3.1.2.3. Cinsiyete Göre Etik Algısı.....	78
3.3.1.2.4. RTÜK'ün Yayın Kuruluşlarına Uyguladığı Yaptırım Algısı	79
3.3.1.2.5. RTÜK'ün Bağımsız Hareket Edebilme Algısı	81
3.3.1.2.6. Medya Kuruluşlarının Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı	82
3.3.1.2.7. İktidarların Basın-Yayın Kuruluşlarını Yönlendirme Algısı.....	83
3.3.1.2.8. RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı.....	84
3.3.1.2.9. RTÜK'ün Kuruluşlara Yaptırım Uygularken Eşit Davrandığı Algısı	86
3.3.1.2.10. Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı	87
3.3.1.2.11. Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı	88
3.3.1.2.12. Medya ve İktidar Çıkar İlişkisi Algısı	90
3.3.1.2.13. Devlet Müdahalesi Algısı	91
3.3.1.2.14. Erişim Yasağı Algısı.....	92
3.3.1.2.15. İnternet Denetimi Algısı	94
3.3.1.2.16. Kamu Kurumları Reklam Verme Algısı.....	96
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	98
KAYNAKÇA	103

EKLER.....	110
EK-1.....	110
EK-2.....	113
EK-3.....	120
ASNE:	American Society of News Editors (Amerikan Haber Editörleri Derneği)
BBC:	British Broadcasting Corporation (İngiliz Radyo-Televizyon Yayın Kuruluşu)
Bakan:	Bakanız
CNCL:	Commission Nationale de la Communication et des Libertés (İletişim ve Özgürlükler Ulusal Komisyonu)
CNN:	Cable News Network (Amerika Kablolu Haber Kanalı)
CSA:	Conseil Supérieur de L'audiovisuel (Görsel-İşitsel Yüksek Kurumu)
Çevre:	Çeviren
Edi:	Editör
FCC:	Federal Communications Commission (Federal İletişim Komisyonu)
HACA:	Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (Görsel-İşitsel İletişim Yüksek Kurumu)
IBA:	Independent Broadcasting Authority (Bağımsız Yayın Kurumu)
İFJ:	International Federation of Journalists (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu)
İTC:	Independent Television Commission (Bağımsız Televizyon Komisyonu)
İTV:	Independent Television (İngiliz Bağımsız Televizyon Kanalı)
PBS:	Public Broadcast Service (Kamusal Radyo-Televizyon Hizmeti)
PCC:	Press Complaints Commission (Basın Şikayetleri Komisyonu)
RTÜK:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SGK:	Sosyal Güvenlik Kurumu
TBMM:	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK:	Türk Dil Kurumu
TGC:	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TGRT:	Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu
UNESCO:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı)

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
ASNE:	American Society of News Editors (Amerikan Haber Editörleri Derneği)
BBC:	British Broadcasting Corporation (İngiliz Radyo-Televizyon Yayın Kuruluşu)
Bkz:	Bakınız
CNCL:	Commission Nationale de la Communication et des Libertés (İletişim ve Özgürlükler Ulusal Komisyonu)
CNN:	Cable News Network (Amerika Kablolu Haber Kanalı)
CSA:	Conseil Supérieur de L'audiovisuel (Görsel-İşitsel Yüksek Konseyi)
Çev:	Çeviren
Ed. :	Editör
FCC:	Federal Communications Commission (Federal İletişim Komisyonu)
HACA:	Haute Autorite de la Communication Audiovisuelle (Görsel-İşitsel İletişim Yüksek Kurumu)
IBA:	Independent Broadcasting Authority (Bağımsız Yayın Kurumu)
IFJ:	International Federation of Journalists (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu)
ITC:	Independent Television Commission (Bağımsız Televizyon Komisyonu)
ITV:	Independent Television (İngiliz Bağımsız Televizyon Kanalı)
PBS:	Public Broadcast Service (Kamusal Radyo-Televizyon Hizmeti)
PCC:	Press Complaints Commission (Basın Şikayetleri Komisyonu)
RTÜK:	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SGK:	Sosyal Güvenlik Kurumu
TBMM:	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK:	Türk Dil Kurumu
TGC:	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TGRT:	Türkiye Gazetesi Radyo ve Televizyonu
UNESCO:	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı)

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1:	Temel Etik Teorileri.....	14
Tablo 2:	Kurumlar İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılım.....	70
Tablo 3:	Katılımcıların Cinsiyet Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı.....	70
Tablo 4:	Katılımcıların Yaş Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	71
Tablo 5:	Katılımcıların Kıdem Durumları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	71
Tablo 6:	Katılımcıların Haber Okuma/Dinleme Sıklığı İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	71
Tablo 7:	Anket Formundaki İfadeler.....	73
Tablo 8:	Cronbach Alfa Katsayısı.....	76
Tablo 9:	Güvenilirlik Analizi.....	76
Tablo 10:	Etik ve İlkeli Yayın Algısı.....	77
Tablo 11:	Etik ve İlkeli Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	77
Tablo 12:	Etik ve İlkeli Yayın Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	78
Tablo 13:	Cinsiyete Göre Ortalama.....	78
Tablo 14:	Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t-testi.....	79
Tablo 15:	RTÜK'ün Yaptırım Algısı Ortalaması.....	79
Tablo 16:	RTÜK'ün Yaptırım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	80
Tablo 17:	RTÜK'ün Yaptırım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	80
Tablo 18:	RTÜK'ün Bağımsızlık Algısı Ortalaması.....	81
Tablo 19:	RTÜK'ün Bağımsızlık Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	81
Tablo 20:	RTÜK'ün Bağımsızlık Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	81
Tablo 21:	Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Ortalaması.....	82
Tablo 22:	Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	82
Tablo 23:	Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	83
Tablo 24:	İktidarın Yönlendirme Algısı Ortalaması.....	83
Tablo 25:	İktidarın Yönlendirme Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	84
Tablo 26:	İktidarın Yönlendirme Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	84
Tablo 27:	RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Ortalaması.....	84

Tablo 28:	RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	85
Tablo 29:	RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	85
Tablo 30:	RTÜK'ün Eşit Davranış Algısı Ortalaması.....	86
Tablo 31:	RTÜK'ün Eşit Davranış Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	86
Tablo 32:	RTÜK'ün Eşit Davranış Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	86
Tablo 33:	Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Ortalaması.....	87
Tablo 34:	Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	87
Tablo 35:	Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	88
Tablo 36:	Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Ortalaması.....	88
Tablo 37:	Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	89
Tablo 38:	Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	89
Tablo 39:	Medya ve İktidar Çıkar İlişkisi Algısı Ortalaması.....	90
Tablo 40:	Medya ve İktidar Çıkar İlişkisi Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	90
Tablo 41:	Medya ve İktidar Çıkar İlişkisi Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	90
Tablo 42:	Devlet Müdahalesi Algısı Ortalaması.....	91
Tablo 43:	Devlet Müdahalesi Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	91
Tablo 44:	Devlet Müdahalesi Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	92
Tablo 45:	Erişim Yasağı Algısı Ortalaması.....	92
Tablo 46:	Erişim Yasağı Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	92
Tablo 47:	Erişim Yasağı Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	93
Tablo 48:	Erişim Yasağı Algısı.....	93
Tablo 49:	Erişim Yasağı Algısı Kurumlar Arası Analiz.....	94
Tablo 50:	İnternet Denetimi Algı Ortalaması.....	94
Tablo 51:	İnternet Denetimi Algı Ortalaması Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	95
Tablo 52:	İnternet Denetimi Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	95

Tablo 53:	Kamu Kurumları Reklam Verme Algısı Ortalaması.....	96
Tablo 54:	Kamu Kurumları Reklam Verme Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması.....	96
Tablo 55:	Kamu Kurumları Reklam Verme Algısı Bağımsız Örneklem t-testi.....	96

...kendi varlığını gündem yaratabilmekte ve kitleleri etkileyerek ...

...ların sosyal ve siyasi dönüşümünde önemli rol oynayan medya organlarının, ...
...bilincin uyanmasına katkıda bulunmaları, tarafsız ve sorumluluk sahibi bir ...
...anlayışıyla toplumdaki hassasiyetlere ve kırılma noktalarına dikkat ederek, ...
...larından biriz vermeden yayın yapmaları son derece önemlidir.

...ama amacı kamu çalışanlarının ve özel sektör çalışanlarının Türk medyasının ...
...nisi ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) düzenlemelerine ilişkin ...
...ni tespit etmektir. RTÜK Türkiye'de etik ve yayıncılık ilkeleri konusunda ...
...kane yapmada yetkili bir düzenleyici ve denetleyici kuruluştur. Kamu ...
...ları ve özel sektör çalışanlarının bu kuruluşa ve Türk medyasında etik ...
...ma ilişkin izlenimleri ve değerlendirmeleri, medyada bu konudaki algıları, ...
...nın güvenirliği ve müdahalelerin yansımaları, yayıncılık ve idari yönetim ...
... açısından önemlidir. Araştırma sadece kamu çalışanları ve özel sektör ...
...larının algılarını tespit etmeye yöneliktir. Çıkarımlar tüm toplumu, veya tüm ...
... ve özel sektör kuruluşlarını kapsamamakta sadece araştırmamın yapıldığı ...
...ları kapsamaktadır.

...yöneticilerine, kitle iletişim araçlarını başarılı bir biçimde kullanıp kullanmadığı ...
...nın düzeyinde önem arz etmektedir. Son dönemde gündemde olan kamu yönetimi ...
...içerisinde; "kamunun hesap verebilirliği", "toplumu bilgilendirme", "bizroet ...
... gibi işlevleri ve kamu yöneticilerinin birer "halkla ilişkiler uzmanı" olarak ...
...ları nasıl kontrol edebildiği konusunda medya önemli bir araçtır. Dolayısıyla ...
...içindeki özel sektör uygulamaları açısından, medya doğru kullanıldığında ...
...arac olarak görülmektedir.

GİRİŞ

Medya, bir ülkede yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde sadece gündemi takip etmekle kalmayan, medya organları, kendi başlarına gündem yaratabilmekte ve kitleleri etkileyerek yönlendirebilmektedir.

Toplumların sosyal ve siyasal dönüşümünde önemli rol oynayan medya organlarının, toplumsal bilincin uyanmasına katkıda bulunmaları, tarafsız ve sorumluluk sahibi bir yayıncılık anlayışıyla toplumdaki hassasiyetlere ve kırılma noktalarına dikkat ederek, etik ilkelerinden taviz vermeden yayın yapmaları son derece önemlidir.

Çalışmanın amacı kamu çalışanlarının ve özel sektör çalışanlarının Türk medyasının etik davranışı ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) düzenlemelerine ilişkin algılarını tespit etmektir. RTÜK Türkiye'de etik ve yayıncılık ilkeleri alanında düzenleme yapmakla yetkili bir düzenleyici ve denetleyici kuruluştur. Kamu çalışanlarının ve özel sektör çalışanlarının bu kuruluşa ve Türk medyasında etik kavramına ilişkin izlenimleri ve değerlendirmeleri, medyada bu konudaki algıları, medyanın güvenilirliği ve müdahalelerin yansımaları, yayıncılık ve idari yönetim iradesi açısından önemlidir. Araştırma sadece kamu çalışanları ve özel sektör çalışanlarının algılarını tespit etmeye yöneliktir. Çıkarımlar tüm toplumu, veya tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarını kapsamamakta sadece araştırmanın yapıldığı kurumları kapsamaktadır.

Kamu yöneticilerinin, kitle iletişim araçlarını başarılı bir biçimde kullanıp kullanmadığı algısı aynı derecede önem arz etmektedir. Son dönemde gündemde olan kamu yönetimi anlayışı içerisinde, “kamunun hesap verebilirliği”, “toplumu bilgilendirme”, “hizmet tanıtımı” gibi işlevleri ve kamu yöneticilerinin birer “halkla ilişkiler uzmanı” olarak belli durumları nasıl kontrol edebildiği konusunda medya önemli bir araçtır. Dolayısıyla kamunun içindeki özel sektör uygulamaları açısından, medya doğru kullanıldığında başarılı bir araç olarak görülmektedir.

Medyanın etik ilkelere uygun hareket edip etmediği ve bunun devlet tarafından nasıl kontrol edilebileceği, fikir hürriyeti ve çeşitli özgürlükler açısından önemli bir algıya işaret etmektedir. Bu kapsamda kamu yönetimi ve medya arasında bir ilişki kurulmuştur.

Demokratik toplumlarda kamu yöneticileri, halkı idari konular hakkında aydınlatırlar. Kamu yönetimi ve medya arasındaki ilişki aynı zamanda, belirli bir kamu yönetimi reformu gerçekleştirilirken, değişen roller konusunda vatandaşları aydınlatmak açısından da önemlidir. (OECD, 1996: 7).

Kamu yöneticilerinin, kamuoyu ile etkileşim içine girmeleri ve medyayı nasıl kullandıkları ve ne şekilde kontrol altında tuttuklarının analize değer bir noktadır. Çalışmanın önemi bu alana odaklanılmasından kaynaklanmaktadır çünkü, medya etiği düşünülerek yapılan düzenlemeler, sonuçları yönlendirmeye varabilecek kadar önemiyet arz etmektedir. Bu açıdan çalışmanın, kamuoyunun algısının belirlenmesi ve bu alanın geliştirilmesine katkıda bulunacağı düşünölmektedir.

1. BÖLÜM: GENEL OLARAK ETİK KAVRAMI VE MEDYA ETİĞİ

Çalışmanın birinci bölümde etik kavramı, etik kavramının tarihçesi, temelleri, ahlak ve etik ayrımı, etik türleri, meslek etiği ve medya etiği kavramları incelenecektir.

1.1. ETİK KAVRAMI

Etik kavramı ve etik kavramının tarihçesinin açıklanacağı bu bölümde etiğin geçmişten günümüze nasıl bir değişim içinde olduğu, etik kavramının sözel ve felsefi anlamı incelenecektir.

İnsan, toplumsal hayat içinde, belli bir değerler ortamında doğar ve düşüncelerini, davranışlarını, bu değerler ortamındaki kurallara göre şekillendirir. Toplum tarafından belirlenen değerler, kişinin o toplum içerisinde yaşamını sürdürebilmesi açısından önemlidir. İnsan bu değerlerle birlikte bir takım davranış kodları geliştirir ve nasıl davranacağı üzerinde düşünmeye başlar. Bir yandan hayatı ahlaksal açıdan değerlendirirken, bir yandan da eylemlerini oluşturan faktörlerin sebeplerini anlamaya çalışır, eylemi gerçekleştirirken neden ve nasıl sorularını kendine sorar ve eylemi gerçekleştirdikten sonra da bunun temellendirmesini yapmaya çalışır. Bu anlamda etik değerler bir anlamda toplumsal bir kavramsallaştırmanın ürünüken, diğer yandan da öznel bir tutumun ürünüdür. Aile, cemaat, grup gibi insan toplulukları, iyi ve kötü olarak adlandırılan türden eğilim düşünce, inanç, töre, alışkanlık, geleneklerin ve bunlarla içerilmiş olan değer, buyruk, norm ve yasakların meydana getirdiği bir ağ içinde yaşar (Özlem, 2004: 17).

Toplum içerisinde geliştirdiğimiz davranışlar, hem o toplumun değer yargıları hem de kişinin kendi içerisinde, vicdan, bilinç, özgürlük, ödev, sorumluluk anlayışına ve niyete, ayrıca içinde yaşanan kültürün normları ve ahlak algısına göre, belli bir öz denetim mekanizmasından geçerek şekillenmektedir. Bu bağlamda etik, ahlaksal açıdan olması gerekene verilen cevaptan öte; insan eylemlerinin nasıl olması gerektiği, olayların bu

anlamda değerlendirilmesiyle birlikte, felsefi olarak uygulamaya dönük bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır.

Etiğin sorunsallaştırdığı olgu, belirli ahlaksal anlayışlar çerçevesinde, insanın hem iç dünyasında, hem de sosyal bir varlık olarak dış dünyasında ortaya koymuş olduğu tutum ve davranışların çözümlenmelerinin yapılmasıyla bunların iyi ve kötü olarak değerlendirilmesi, ayrıştırılması ve iyi-kötü ayırımına temel oluşturacak ahlaksal ölçekleri belirlemektir (Özgen, 1998: 40).

Tarihsel olarak bakıldığında, etiğin kavramsal çerçevesini belirlerken, öncesinde yaşanan tartışmalara ve etik konusunda yapılan çalışmalara, değinmek gerekmektedir.

Etik kavramının temellerine bakıldığında, felsefi anlamda Antik Çağ düşünürlerinin etik konusunda yaptıkları çalışmalar öne çıkmaktadır. Etiğin görece olarak öznel bir takım ahlak kurallarına dayanıp dayanmadığı veya evrensel ilkeleri olup, genele dair bir kurallar bütünü mü olduğu sorusu, felsefi olarak Etik Görecilik (Relativizm) ve Etik Evrenselcilik (Universalism) kavramlarıyla açıklanmaktadır.

Etik göreciliğin ilk temsilcileri olan Sofistler için “iyi” veya “kötü”; insan eylemlerinin değerlendirilebileceği, tek ve değişmez anlamlı ve herkes için genel geçerli ve bu anlamda evrensel ölçütler değil, sadece insana ait, insan-bağımlı, insan kaynaklı kısacası insana göreli şeylerdir. Gerçi, insana göreli olmaları yine de, onların insanlar arası bir genel geçerliklerinin olabileceğini düşündürebilir. Yani, onların doğa yasaları gibi insandan bağımsız bir genel geçerlikleri olmasa da, insan eliyle ve insanlar arasında oluşturulmuş bir genel geçerlikleri olduğu veya olabileceği pekala düşünülebilir. Ancak sofistlere göre, “iyi” ve “kötü”, insana göreli olmakla kalmazlar; üstelik insana göreli şeyler olurlar. Örneğin “yarar” ve “haz”ın insana göre, yani tüm insanlar için “iyi” oldukları söylenebilir. Oysa sofistlerin gözünde herkes tarafından kabul gören yarar ve hazlar yoktur; yararlar ve hazlar insana göre olmaktan öteye “insanına göre”dirler. Birinin yararına olan bir başkasının yararına olmayabilir; birinin haz aldığı bir şeyden bir başkası haz almayabilir (Özlem, 2004: 19).

Sokrates ve Platon ise bu insana göre değişebilen, görelî etik anlayışını, evrensel ve rasyonel anlamda değerlendirerek bu görüşe karşı çıkmışlardır. Sokrates'e göre erdem bilgidir; hatalar ve erdemsiz davranışlar bilgi eksikliğinden kaynaklanır. Kimse bilerek hata yapmaz. Bu anlamda, insanın çevresinden önce kendini tanıması ve bilmesi gerekir. Sokrates diğer doğa filozoflarının aksine, insanı inceleme konusu yapmıştır. Dolayısıyla insanın çevresinden önce, kendini bilmesi ve tanıması gerekir. Dolayısıyla da erdem insanın kendi iç değerlerinden kaynaklanan bir olgudur. Kötülük bir hatadan ve bilgi eksikliğinden kaynaklanır (Aster, 2005: 176-177). Sokrates, ahlaksal yaşamın doğru bilgiyi elde etmeye bağlı olduğu ve buna göre doğru olanın aynı zamanda "iyi" olduğunu kabul eden bir etik anlayışını savunmaktadır. Bu "doğrular" evrensel bir nitelik taşır, dolayısıyla önemli olan, bu anlamda evrensel bir nitelik taşıyan ve bütün insanlar için kabul edilebilir bir ahlaksal yaşamın ilkelerini ortaya koymaktır. Bilgiye dayalı bir etik anlayışı geliştiren Sokrates, doğru bilgiye dayalı bir ahlak anlayışını savunmuş ve bu anlamda, ahlak kavramını öznel olmaktan çıkarmıştır.

Platon'un etik üzerine *Euthyphron*, *Kriton*, *Phaidros* gibi çalışmaları bulunmaktadır ve Platon, bu konuyu sistematik olarak ele alıp incelememiştir. Etik üzerine düşünceleri, diyaloglarında farklı yoğunlukta yer almaktadır ve bunların, Platon'un evrensel metafizik felsefesinden ayrı görülmeleri mümkün değildir. Platon insan pratiğini her zaman ideler (idealar) öğretisiyle aynı bağlamda ve bununla ilişkili olan değişmez ebedî varlık sorununa bağlı olarak açıklamaktadır (Pieper, 1999: 30). Platon, "Her şeyin ölçüsü Tanrı'dır" diyerek; "iyi"yi ideal bir alana taşıyacak ve onu bir idea olarak mutlaklaştıracaktır. "İyi" böylece kendisinden pay alınan, eylem sırasında kendisine doğru yönelinen, insanüstü bir duruma da yükseltilmiş olur. Bu düşünce, en iyi şekilde "Tanrı iyidir" önermesinde ifadesini bulur ve daha sonra Hristiyanlık ve İslam gibi tek tanrılı dinlerin geliştirdikleri, hemen hemen tüm ahlak öğretilerine de kaynaklık eder (Özlem, 2004: 21).

Antik Yunan uygarlıklarından bu yana "ahlak felsefesi" çerçevesinde değerlendirildiğinde, Aristoteles etik kavramını, diğer bilimsel alanlardan farklı tutarak, bağımsız bir felsefi alan olarak inceleyen ilk düşünürdür. Aristoteles'in, *Nikomakhos'a Etik* adlı yapıtı şu cümleyle başlar: "Her sanat, her öğreti, bunun gibi eylem ve her

istençli karar herhangi bir *iyi*'ye ulaşmaya çabalar görünüyor.” (Aristoteles, 1997: 4). Aristoteles'te etik ve politika birbiriyle iç içedir ve pratik alana dahil iki bilimdir. Aristoteles'in etik anlayışına yön veren kavram, “özgür insan” (zoon politikon) kavramıdır. İnsan bu anlamda toplumsal bir varlıktır. Aristoteles'in akla dayalı bir ahlak anlayışı vardır. Temelde teorik ve pratik akıl ayrımına dayanan bu anlayış, etik erdemlerin pratik aklın bir sonucu olduğu; teorik aklın ise doğru kurallara uyan erdemli kişinin, yaptığı eylem üzerine düşünmesi ile ilgili olduğunu savunur. Aristoteles, bu temel çıkış noktasından hareketle ve kendisinden önceki denemelere bakarak, bu denemeleri *herhangi bir iyi*'ye ulaşma çabası olarak görüp irdelemiş ve kendisine kadar ahlakla ilgili olarak ortaya atılmış tüm iddiaları, kapsamlı çözümler ve sağlam bir çıkarım devamlılığı içerisinde eleştirmiştir (Özlem, 2004: 22). Aristoteles'in bu yapıtı, hem bir mutluluk hem de bir erdem öğretisi olarak geniş kapsamlı bir eylem öğretisini içerir ve etik öğrencisini, iyiyi giderek daha iyi yapmayı ve böylelikle daha iyi bir insan olmayı öğreneceği şekilde yapıp ettikleri hakkında aydınlatmayı ön görür (Pieper, 1999: 30).

İnsan teorik aklı sayesinde teorik, olgu bildiren ya da betimleyici bir anlayış içinde, varlık üzerinde tefekkürde bulunur, olgular arasındaki düzeni keşfeder, nesnelere arasında ilgiler kurup, onları bazı bakımlardan ya da belirli bir takım dizi ve bağlamlar içinde kavrar ya da bilir. Buna karşın pratik aklına dayanarak da kendi hayatını kurup düzenleme, toplumsal yaşam ve iş bölümünün bir getirisi olarak da yeni aletler yaratıp hayatını daha rahat ve refah hale getirme imkanı bulur (Cevizci, 2002: 2). Bahsedilen aklın bu pratik yönü, insanlara eylemleri üzerinde düşünme ve müzakere etme imkanı verir, insan bu pratiğe göre kararlar alır, tercihlerde bulunur ve kendi davranışının üzerinde söz sahibi olur. Aristoteles'in kendinden önceki düşünürlerden farkı bu anlamda, insanın ahlak felsefesi üzerindeki düşüncelerini belli bir pratiğin felsefesi olarak adlandırmasından ileri gelmektedir. Bu anlamda ahlak felsefesi diğer bilimlerden ayrılmaktadır. Aynı biçimde düşünüldüğünde, insanın pratik aklının bir sonucu olan eylemleri önemlidir.

Aristoteles, Platon'un idealarını aşkın bir dünyadan alıp bu dünyaya, içinde bulunduğumuz dünyadaki, tek tek var olanlar içine yerleştirmiş ve böylece ahlak

anlayışında da erdemli yaşamın; doğru, ölçülü, akla dayanan davranışlarla gerçekleştirilebileceği düşüncesinin yerleşmesini sağlamıştır (Eren, 2006: 58).

Ortaçağ'da Hristiyanlığın ve skolastik düşüncenin yükselişiyle birlikte etik ve ahlak kavramları dinsel bir şekle bürünerek varlığını sürdürmüştür. Bu dönemde etik alanında, Aquina'lı Thomas'ın çalışmaları dikkat çekmektedir. Din ve skolastik temelli, etik anlayışı savunan Aziz Thomas, Platon'un temel erdemlerine başkalarını da eklemiş, ayrıca pratikle kazanılamayacağını söylediği ve "doğüstü erdemler" adını verdiği inanç, umut ve hayırseverliği tanımlamıştır (Güven ve Ersoy, 2000: 52). Kişinin akıl sayesinde özgür bir iradeye sahip olduğu, bu yolla iyiyi seçebileceği fakat buna ulaşmanın ancak tanrının isteğiyle gerçekleştirilebileceği düşüncesi, Ortaçağ'da etik konusunda hakim düşüncedir.

18. yüzyıl aydınlanma felsefesine bakıldığında, burada pozitivist bir etik anlayışının hakim olduğunu görülmektedir. Toplumsal Sözleşme Kuramı'nın savunucularından Thomas Hobbes'a göre; insan doğuştan kötü bir doğaya sahiptir, dolayısıyla insanın bu kötü yönünün yumuşatılması ve biçimlendirilmesi gerekmektedir. İnsan, kendisine güvenilmeyecek bir varlıktır. Bu sebepten dolayı da, kendi başına bırakılmaması gerekir, eğer kendi başına bırakılırsa arzu edilmeyen durumlara sebep olabilir. Dolayısıyla gözetim altında tutulması, sisteme, düzene uyumlu hale getirilmesi gerekir (Yayla, 2005: 5). Hobbes, sisteme uyumun ancak yasalar ile mümkün olabileceğini savunmaktadır. Bireyin bu kendini düşünen bencil tutumu, toplumsal fayda ile örtüştüğü ölçüde etik ve erdemlidir. Hobbes'un üzerinde durduğu etik kavramı, materyalist felsefe anlayışının ürünüdür ve din ve etik arasında herhangi bir bağ yoktur.

Bilimsel bilgiye dayalı etik anlayışının diğer bir önemli savunucusu John Locke'dur. Deneysel felsefe alanında çalışmaları olan Locke, etik kavramının kişisel bilgi ve deneyimler sonucunda oluştuğunu ileri sürmektedir. (Cihan, 2004: 100).

Adam Smith'in Moral Felsefe çalışmasından, Ulusların Zenginliği'ne gelmesi ve siyasal ekonomiyi etiğin nesnel bilimi olarak görmesi, bu yapıtının doğasına bakıldığında, bilinçli olarak kapitalist pazar çıkarına uygun bir etiğin ve dolayısıyla insan, toplum ve

ilişki değerlendirmesi anlayışının, meydana çıktığı görülür. Bu tür geçersiz nesnelleştirme ve evrenselleştirme Batı'nın idealist filozoflarında yaygın bir şekilde görülmektedir (Erdoğan, 2006: 16).

Dönemin ünlü Alman düşünürlerinden Hegel de etiği toplumsal bir kavram olarak nitelemektedir. “Hegel, etik ortamını, toplumsal ilişkilerin örgütlenmesiyle ifade etmektedir. Hegel'in öğretisine göre, etik düzen; aile hayatı, ekonomik ve siyasal yaşamla ilgilidir. Toplumsal ilişkilerin örgütlenmesiyle bağlantılı olan her şey bireysel davranış ilkelerini saptayan ahlaklılıkla ayrılmaktadır.” (Büyük Larousse, 1996: 3865).

Etik konusunda, Pratik Aklın Eleştirisi ve Töreler Metafiziği gibi önemli yapıtları bulunan bir diğer düşünür de Kant'tır. Kant ahlaki sahanın temel fenomenini, gereklilikte (sollen) görür. Buna göre, bir eylemin ahlaksal değeri, direk olarak ödev bilincine dayanır, yani bireyi bir eylemi yapmaya teşvik eden, eğilim değil ödevse, bu eylemin ahlaki bir değeri var demektir. Ödev, ahlaki yasaya saygı gereği yapılan bir eylemin zorunluluğudur. Ancak buradaki zorunluluk, doğa zorunluluğu değil, insanın numeral varlığıyla ilgili olan ahlak yasasına bağlı zorunluluktur (Çilingir, 2003: 18-19).

Tarihsel süreç içerisinde, aslında temel olarak ahlak ve etik anlayışının, birçok bilimin temelini oluşturan araştırmalara konu olduğunu görülmektedir. İnsanlığın var olduğu tarihten itibaren yapılan bu araştırmalar, insana, tanrıya ve topluma dair “iyi” nin ne olduğu konusuna bir yanıt aramaktadır. Bu yanıt arayışı aynı zamanda günümüzün modern toplumlarında, hukuk yasalarının oluşumundan, genel geçer birçok konuda standartların oturmasını sağlamış, bir takım evrensel ilkelerin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Bütün bunlara rağmen “etik” kavramının tek bir tanımı yoktur ve bu konuda literatürde bir uzlaşma bulunmamaktadır.

Etik, Yunanca'daki '*ethos*' sözcüğünden gelir ve iki farklı kullanımı vardır. Yunanca'da εθοç olarak yazılan ilk kullanımı; alışkanlık, töre, görenek anlamlarını taşır. Eylemlerini geçerli töreye uygun olarak eğitim yoluyla belirlemeye alışkın kişi, genel kabul gören “ahlak yasası” normlarını izlediği sürece, etiğe göre davranmaktadır. Ama dar anlamda ve asıl anlamıyla ηθοç olarak yazılan etiğe göre eylemde bulunan ve davranan kişi,

aktarılan eylem kurallarını ve değer ölçülerini sorgulamadan uygulamayıp; aksine, kavrayarak ve üzerinde düşünerek talep edilen iyiyi gerçekleştirmek için onları alışkanlığa dönüştüren kişidir. Etik böylelikle karakter anlamını da almakta, erdemli olmanın temel anlamı olarak pekişmektedir (Pieper, 1999: 30).

Günlük kullanımda etik ve ahlak aynı anlamlarda ve birbirinin yerine kullanılabilir. Türk Dil Kurumunun sözlüğünde, etik kavramının karşılığı “töre bilimi” olarak geçmektedir (Türk Dil Kurumu, t.y.). İkinci anlamı ise çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü yani meslek etiği anlamında ifade edilmiştir. Bu noktada töre bilimin ne anlama geldiği önem kazanmaktadır. Törebilim, iyi- kötü, yararlı- yararsız sorunları inceleyen, töresel bir davranış yasası geliştiren inceleme dalıdır. Etik, kişinin davranışları ile ilgili kullanılan ahlak terimlerini, bu arada ahlaksal yargıları incelemekte, bireylerin ahlaksal tutumlarının ardında yatan tutum ve düşünceleri ele almaktadır (Bülbül, 2000: 3).

Daha önce de belirtildiği gibi etik sözcüğü Yunanca ‘*Etos*’ tan gelmektedir. Türkçe’de ise etik, ahlak sözcüğüyle karşılanmakta ve gündelik hayatın genel kabul görmüş, uygulanmakta olan değerlerini ifade etmekte kullanılmaktadır. Bu yönüyle ahlâk, töre/görenek ile yakından ilişkilidir. Etik sözcüğüyle anlatılmak istenen ise gündelik hayatın uygulamalarından daha geniş çerçevede söz konusu ahlaksal değerlerin felsefi ya da düşünsel boyutudur (Ünlüer, 2006: 2).

Etik; fayda, iyi, kötü, doğru ve yanlış gibi terimleri inceleyen, bireysel ve grupsal davranış biçimlerinde neyin iyi neyin kötü olduğunu belirleyen ahlaksal ilkeler, değerler ve standartlar sistemidir (Hatcher, 2004: 27).

Etik bütün disiplinlerden uzak, felsefi ya da soyut bir anlamdan öte evrensel bir pratiğin, ortak paydası “insan” olan bir düzlemin içerisinde, belli bir kurallar bütününden çok daha karmaşık ve kapsamlı bir anlamı ifade eder. Bu anlamda insan merkezli bir yaklaşımdır.

Etik, bireyi vesayet altına almak yerine toplum içinde diğerleriyle birlikte yaşarken, bireyin kendini nasıl kendi olarak gerçekleştirebileceğine ya da neyse o olarak var

olabileceğine ilişkin yolları gösterecektir. Dolayısıyla etik, insan merkezlidir; insanlar arası ilişkilerin düzenlenmesi ve yönlendirilmesi ile ilgilenir. Bugün çevre etiği gibi kavramlardan söz edilebilse de bu, küresel eko-sistemdeki bozulmaların insan neslini ve gelecek kuşakları tehdit eder hale gelmesindedir ve kökeni yine insana dayanır (Uzun, 2007: 12).

Etiği tanımlarken, ahlakın, etiğin konusunu oluşturduğu ifadesi, bu konuda yapılan çalışmaların ortak bir paydasını oluşturmaktadır.

Etik iyi, doğru ve yanlış davranış kavramlarını ele alan felsefe dalıdır ve gönüllü insan davranışlarına değer atfeden, davranışları ve kişinin eylemlerini temel kurallara bağlı olarak değerlendiren bir disiplindir. Bu disiplinin merkezini oluşturan temel terimlerden olan etik, ahlak ilminin felsefi yönden incelemesi olarak tanımlanabilir. Ahlak ilmi doğru ve yanlış, iyi ve kötü ile ilgilenir. Ahlaksal kararlar sadece insanların yaptıkları hareketler ile ilişkili değildir. Aynı zamanda insanların bu davranışlarda bulunma güdüleri hakkında veya insanların genel karakter özellikleri hakkında da verilir (Özkaya, 2003: 125).

Sosyal ortamda bir takım davranışların iyi ve doğru; bazı davranışlarınsa ise kötü ve yanlış oldukları hakkında binlerce yıl öncesinden günümüze kadar gelen bir takım inanışlar yer almaktadır. Ahlakı konu edinen bir felsefe dalı olan etik, insanlar arasında yer alan ahlaki değerlerden iyi ya da kötü olanlarının niteliklerini araştırır ve ahlaki tutumların ardında yatan yargıları ele alır (Büyükbalbal, 2004: 49).

Etik; insan ilişkilerinde, toplumsal, kültürel, siyasi, ekonomik, hukuki, bilimsel teknolojik alanlarda olduğu gibi, benzer tüm alanlarda insanın tutum, davranış, eylem ve kararlarında belirleyici bir role sahip olan, hiç kimsenin dışında kalamayacağı ilke ve değerler bütünüdür. Bu kapsayıcılığı nedeniyle de “etik, yaşamak, eylemde bulunmak, eylemde bulunmaya karar vermek, karar vermek de ahlâki sorumluluktur” şeklinde ifade edilmektedir (Bodur, 2006: 3).

Etik aynı biçimde disiplinler arası bir çalışma alanıdır ve toplumsal kültürden etkilenmektedir. Etik, özellikle barındırdığı değer ve normlar ile belli bir kurallar bütünü olarak tanımlanabilmektedir. Bunun yanında etiğin, sadece toplumsal anlamda üzerinde fikir birliğine varılmış kesin ve değişmez bir kurallar bütünü olmadığına dikkat çekmek gerekir. Bu anlamıyla etik, çok daha karmaşık, bireysel ve duygusal bir takım boyutları da içerisinde barındırmaktadır.

Etik görev ile ilgilidir. İnsanın kendisine ve diğer insanlara karşı olan görevlerini içerir. İnsanın yaşamının temel gerekliliği olarak bu durum, hem bireysel hem toplumsal alanda ortaya çıkmaktadır. Bizler yaşantımızın gereği, hem kendi içimizde birey olarak, hem dış dünyada başkalarının bize karşı yaptıkları davranışlara tepki verirken iyi ya da kötü eylemlerde bulunuruz. İşte bu bireysel ve toplumsal ahlak ikiliği ya da sentezi etik kavramının özünde bulunmaktadır (Özgen, 1998: 40).

Etik; insan ilişkilerinde, toplumsal, kültürel, siyasi, ekonomik, hukuki, bilimsel teknolojik vb. tüm alanlarda insanın tutum, davranış, eylem ve kararlarında belirleyici olan, hiç kimsenin dışında kalamayacağı ilke ve değerler bütünüdür. Etik, ahlaki açıdan kabul edilen bireysel, kurumsal ve toplumsal değerlerin tanımlanması ve bu değerlerin insan davranışlarının değerlendirilmesinde temel ölçü olarak kullanılması şeklinde tanımlanabilir (Aktaran: Gülsünler, 2010: 159).

Etik ansiklopedik olarak ise “insanlar arasında yer alan değerleri ahlaksal bakımdan iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olanın özelliklerini ve temellerini araştıran felsefe dalı” olarak tanımlanmaktadır. Aristoteles’ten bu yana insan yaşamına ait kurallarının tümüne etik adı verilmiş olup, etik dış dünya ve insan ilişkisinde insanın nasıl davranması gerektiğini gösteren doktrindir (Uluç, 2003: 322).

Görüldüğü üzere etik kavramının birçok tanımlaması bulunmaktadır fakat tanımlamalardaki ortak nokta, ‘iyi’ ve ‘kötü’ vurgusudur ve evrensel anlamda genel geçer bir takım ‘iyi’ ve ‘kötü’nün kabulüdür. Etik de; gerek bilimsel bir çalışma alanı, gerekse günlük kullanımdaki anlamıyla bir takım ‘iyi ve kötü’ nitelikleri ve bunların temellendirme yöntemlerini ifade etmektedir.

1.2. GENEL AHLAK (ETHIC) VE AHLAK FELSEFESİ (ETHICS) AYRIMI

Ahlak ve etik, birbirine çok yakın ve ilişki içerisinde olan kavramlar olsalar da, etiğin ahlaktan bağımsız bir anlam taşıdığı olgusu literatürde tartışmalıdır. Bazı felsefeciler, etik ve ahlak arasındaki ayrımı keskin olmadığını ve birbirinin yerine kullanılabileceğini ifade etseler de; bazıları ikisinin birbirinden ilişkisiz olmadığını fakat birbiriyle bire bir aynı anlamı taşımadıklarını ifade etmektedirler. Bu bağlamda ahlak kavramı çeşitli biçimlerde tanımlanabilmektedir.

Ahlak; yanlış ve doğru, iyi ve kötü, erdem ve kusur ile eylemler ve eylemlerin sonuçlarını muhakeme etmek ilgilidir (Girgin, 2007: 48). Ahlak kelimesi Türkçeye Arapçadan geçmiş olan bir kelimedir. Genel ahlak denildiğinde, toplumsal yaşamın tüm alanlarında insanların yapıp ettiklerini düzene koyan, kendiliğinden biçimlenmiş ve genel kabul görmüş yasaklama ve değerlendirmeler akla gelmektedir. Bu şekilde düşünüldüğünde, ahlak insan topluluklarının ve bireylerin törelere uygun davranışlarını düzenleyen kuralların ve yasaların toplamıdır. Yürürlükteki ahlak genellikle törelere dayalıdır. Törelere yerel ve bölgeseldir ve gelenek ve göreneklere dayanır. Etik ise ahlak üzerine felsefe yapmaktır ve bu alanda iyi ve kötünün ne olduğunun bir önemi yoktur bu arayışta aranılan ilke önemlidir (Akarasu, 1997: 5).

Günlük kullanımda ahlak ve etik aslında benzer anlamlar taşımaktadır. Buradaki ayrım genel ahlak (ethic) ve ahlak felsefesi (ethics) arasında yapılmaktadır. Genel ahlak, ahlak felsefesini de kapsamaktadır. Fakat, belli bir ilkeler bütünü olarak da değerlendirilebilen etik, genel ahlakın bu anlamda daha özel bir biçimde yorumlanmasını ifade eder. Ahlak felsefesi (etik), insanın eylemlerini özel bir problem alanı olarak ele alır. Bu alandaki ilkeleri inceler. Ahlak felsefesi bunların yanında bir takım ölçütler de getirmektedir. Hangi eylemin doğru olduğunu, neyin yapılmaması gerektiğini irdeler.

Etik, düşünürü temelde ne yapmak, nasıl davranmak, neyin peşine düşmek, başka insanlara nasıl davranmak gerektiği gibi konularda genel bir rehberlik sağlamayı amaçlarken, ahlaksal problemleri irdeler, değerler atfetmekle kalmayıp, gerekirse onları

yeniden tanımlar, ahlaklılığın ilk ilkelerini sistematik bir tarzda ve tutarlı bir biçimde ortaya koyar, bu ilkeleri kuramsal olarak temellendirmeye çalışır (Cevizci, 2002: 5).

Ahlak, insanların kendilerine göre yaşadıkları bir ilkeler ve kurallar toplamı anlamına da gelmektedir. Bu yönüyle bir meslek ahlakından, bir siyasal ahlaktan ve hatta bir evlilik ahlakından söz etmek mümkündür. Etik ise ahlaktan farklı olarak, bu tür davranışları felsefi olarak inceleyen ve açıklamaya ve son çözümlemede değerlendirmeye çalışan felsefi soruşturma alanıdır (Arslan, 1996: 118).

Etik, bir yandan ahlaksal davranış modellerinin ve temel tutumlarının betimlenmesi ve çözümlenmesi, öte yandan ahlaksal gerekliliğinin yöntemsel açıdan temellendirilmesi aracılığıyla, pratiğin değerlendirilmesine yönelik eleştirel ölçütleri aktararak, karmaşık ahlaksal eylem alanını kavramsal olarak açar ve insanın bu alanı akıyla kavramasını sağlayacak hale getirir (Pieper, 1999: 20).

Kişilere ahlaki eylemin anlamının yöntemsel, kültürel ve sistematik biçimde aktarılması etik aracılığı ile olmakla birlikte, etik ahlaki eylemin yerini tutmadan bilgiye dayalı yapısını ortaya çıkarmaktadır. Etik, bir yandan ahlaki davranış modellerinin ve temel tutumların betimlenmesi ve çözümlenmesi ile uğraşmakta iken, diğer yandan ahlakılığın gerekliliğinin yöntemsel açıdan temellendirilmesi suretiyle pratiğin değerlendirilmesine yönelik eleştirel ölçütleri aktararak, karmaşık görünen ahlaki eylem alanını kavramsal olarak açar ve insanın bu alanı akıyla kavrayabilecek bir hale gelmesine katkı sağlamaktadır (Pieper, 1999: 20).

Aslında etik ve ahlak arasında lafzi bir anlam farklılığı bulunmamakla beraber, asıl ayrımın genel ahlak ve ahlak felsefesi üzerine olduğu anlaşılmaktadır. Ahlak felsefesinin, yani etiğin belli ilkesel kodları içerdiğini düşünürsek, bunun genel ahlaktan bir biçimde ayrıldığını görülmektedir. Genel ahlak daha muğlak ve yoruma açık bir alan olmakla birlikte, belli bir kabulden, gelenekten geldiği düşünülürse, neyin iyi olması gerektiğine yanıt arayan ahlak felsefesinin, genel ahlaktan bu anlamda ayrıldığı da düşünülmektedir. Ahlak felsefesi (etik), felsefeye özgü yöntem ve tekniklerle ahlak alanını ele almaktadır. Ayrıca etik, eylemin pratiğine yönelik belli anlamlar

taşımaktadır, iyinin ne olması gerektiğine yönelik sorular sormakta ve buna uygun etik kodlar oluşturmaktadır. Özetle bu alandaki ana ayrım genel ahlak ve ahlak felsefesi üzerine gerçekleşmektedir.

1.3. ETİK TÜRLERİ

Etik kavramsal olarak bir bütünlük taşımakla birlikte, inceleme kolaylığı açısından çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Çalışmanın bu bölümünde, betimleyici etiği, normatif etiğin alt dalı olarak kabul eden, Normatif ve Normatif olmayan etik ayrımı esas alınmıştır, bunun sebebi kavramsal olarak geliştirilen bu ayrımın, betimleyici etiği de kapsamasıdır.

1.3.1. Normatif ve Normatif Olmayan Etik

Temel etik teorileri genel olarak normatif/normatif olmayan etik olarak bir ayrıma tabi tutulmakla beraber, literatürde normatif/betimleyici etik olarak da bir ayrım bulunmaktadır. Normatif/normatif olmayan etik, ayrımında betimleyici etik normatif olmayan etiğin bir alt dalı olarak değerlendirilmiş ve meta-etik de bu ayrıma dahil edilmiştir. Normatif/betimleyici etik ayrımında ise, normatifin karşına betimleyici etik kavramı konulmuştur.

Tablo 1: Temel Etik Teorileri

ETİK	
NORMATİF ETİK	NORMATİF OLMAYAN ETİK
Teleolojik	Betimleyicilik
Deontolojik	Meta-etik
Erdem	

Kaynak: Erdoğan, 2006: 6

Normatif etik, teleojik etik, deontolojik etik ve erdem olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Normatif olmayan etik ise, betimleyici ve meta-etik kavramlarını kapsamaktadır.

Normatif etik, iyinin ne olması gerektiğini, insanların toplumsal yaşamda nasıl yaşamlarını sürdürmeleri ve belli disiplinlerdeki kişilerin, o alanda nasıl davranması gerektiğini konu edinmektedir. Olması gerekeni tarifleyen bu etik anlayışı, bir anlamda insanın nasıl yaşaması gerektiğini araştırmaktadır.

Normatif yöntem, olanı tanımlamaktan ziyade, önceden-tanımlayıcı reçete sunan bir yöntemdir. Bu yöntem, dogmatik bir bakış açısıyla uygulandığında, neyin nasıl yapılması gerektiğini önceden tanımladığı için kolayca ideolojiye dönüşme riskini taşır; bundan dolayı durumu belirlemekle yetinen ve durumun nasıl olması gerektiğine ilişkin görüşler öne süren betimleyici yöntemle göre daha elverişsizdir (Pieper, 1999: 17-18).

Normatif etik, daha ziyade insanlara; neyin doğru neyin yanlış, neyin iyi ve kötü olduğuyula, belirli durumlarda ne yapıp ne yapmamaları gerektiğiyle, hayatta hangi temel amaçların peşinden gitmek durumunda olduklarıyla, hayatlarını nasıl sürdürmeleri gerektiğiyle ilgili bilgi veren, insanların ahlaki eylemleri için norm ve düzenleyici ilkeler getiren etikdir (Cevizci, 2002: 7).

İletişim ilgili sorunlar açısından en uygun yöntem normatif yöntemdir. En yaygın normatif etik modellerinden ikisi de genellikle, teleolojik –erekbilimsel ve sonuçsalcılık olarak da ifade edilmektedir- ve deontolojik –ödev bilimsel de denilmektedir- olarak sınıflandırılır. Bu yaklaşımların arkasındaki kuramın anlaşılması, hem ahlaki imgelemi canlandırmaya hem de etik karar verme için gereken analitik becerinin geliştirilmesine yardım eder (Uzun, 2007: 22).

Teleolojik kavramı, sonuçlar hakkında rasyonel düşünme anlamına gelir. Teleolojik etik anlayışına göre, bir eylemin sonucu, onun ahlaksal statüsünü belirler (Erdoğan, 2006: 7). Teleolojik etik açısından, bir kişi hangi değerleri benimserse benimsesin bu değerleri ilerletmek ve genişletmek için çaba göstermelidir. Sonuçsalcılar değerlerle kişiler arasındaki ilişkiyi araçsal bir ilişki olarak görürler ve bu yaklaşımına göre bir eylem kendi başına iyi ya da kötü değildir. O eylemi iyi ya da kötü yapan aslında eylemin sonuçlarıdır (Arslan, 2005: 13).

Teleolojik yaklaşım, faydacılık, hazcılık, egoistlik olmak üzere farklı akımlara sahiptir. Faydacılık, doğru ve yanlış seçimi belirlemedeki nihai meselenin en büyük sayıda insan için en büyük miktarda faydayı geliştirmek ve elde etmek olduğunu öğretir. Faydacılık kavramının savunucuları, doğru veya etik davranış düşüncesini belirlemenin ölçütünün, bu davranışın sonuçlarının yararlılığı olması gerektiğini söylemektedirler. Bu takdirde medya çalışanları, acılar konusunda mümkün olan en fazla keyfi sağlayacak veya üzüntü konusunda en fazla mutluluğu sağlayacak dengeyi elde edecekleri eylemleri gerçekleştirmeyi amaçlamalıdır (Özkaya, 2003: 8). Faydacı etik, niteliksel değil sayısal sonuçlara odaklanmaktadır. Eğer bir toplumda, çoğunluk bir olayı haklı görüyor ise, o etikdir. Etik olan, doğru olan şey aynı zamanda çok fazla insanı da mutlu eder. Bu anlamda toplumdaki çoğunluğun onay verdiği şeyler etik olarak nitelendirilmektedir. Aynı zamanda, toplumun onay verdiği şeyin “iyi” olmasına gerek yoktur. Faydacı etik anlayışına göre, toplumu mutlu eden şey; etikdir.

Eylem Faydacılığına göre; etik, faydacı prensipleri karşılayan eylemleri değerlendirmelidir. Kural Faydacılığına göre, faydacı ilkeleri karşılamak için yapılmış kurallar üzerine odaklanılmalıdır (Erdoğan, 2006: 8).

Faydacı etik sistemine göre bir eylemin doğru ya da yanlış olduğuna karar verebilmek için olası sonuç ve etkilerin neler olabileceğinin belirlenmesi gerekmektedir. Bir eylemden etkilenecek bütün taraflar adına, karar veren bireyin tarafsız bir gözlemci olması gerektiği vurgulanır. Bu kural faydacı teoriyi bencillikten ve hazcılıktan ayırmaktadır, çünkü eylemden etkilenen bütün ilgili bireylerin mutluluğu düşünülmektedir (Aktaran: Sayımer, 2006: 14).

Teleolojik yaklaşım, hazcı, mutlulukçu filozoflar tarafından kullanılsa da en çok tanınanları, eylemin yararlılığının ne kadar hoşnutluk üreteceği ile ölçülmesini, bunun etik davranışın belirlenmesinde çok önemli sayılmasını öneren yararçı düşünürlerdir. 18. yüzyıl sonunda Jeremy Bentham ve 19. yüzyıl sonunda John Stuart Mill tarafından kurulan faydacı felsefe; çıkarı, mutluluk ve ahlak kaynağı haline getirir. Faydacı etik

anlayışa göre, doğru ya da yanlış belirleyen şey amaçlardan çok sonuçlardır. En çok insan için, en çok iyiyi sağlayan davranış, etik davranıştır (Uzun, 2007: 22).

Diğer normatif etik anlayışı ise deontolojik etikdir.

“Deontolojik kuramların en önemli temsilcisi Immanuel Kant’tır (1724-1804). Kant, ahlaklılığın en yüksek ilkesini ararken, “iyi isteme” (guter wille) kavramına başvurur: “İyi isteme, etkilerinden ve başardıklarından değil, konan herhangi bir amaca ulaşmaya uygunluğundan da değil, yalnızca isteme olarak, yani kendi başına iyidir”. Karakterin ahlaksal olarak ve eşsiz bir şekilde yüksek olan değeri, eğilimden dolayı değil, ödevden dolayı iyilik yapmasında ortaya çıkar. Ödevden dolayı yapılan bir eylem de ahlaksal değerini, onunla ulaşılabilecek amaçta bulmaz, onu yapmaya karar verdikten maksimde bulur; İstemenin ahlaksal olarak iyi olması için insanın kendine şu soruyu sorması gerekir: kendi maksiminin genel bir yasa olmasını da isteyebilir misin? Kant’a, göre ahlaklılık, başkalarıyla ilişkilerde isteklerin her türlü kişisel çıkarından bağımsız olmasında bulunur.” (Uzun, 2007: 15).

Kant, doğal hukuk ve pozitif hukuk seçeneklerini ortadan kaldıran, doğayı akıl doğası olarak belirleyen bir filozoftu. Kant, akli kendiliğinden, insanın çaba ve katkılarına gerek kalmadan, gelişen, insana özgü doğal bir yetenek olarak görmüyor; özgürlüğün, bizzat kendi yasalarını oluşturmasıyla-bizzat kendisinin diğer insanların özgürlüğüne sınır koyarak- özerk bir şekilde halletmesi gereken ahlaki bir ödev olarak görüyordu (Pieper, 1999: 65).

Rasyonalist bir düşünür olan Kant’ın, Tanrı’nın varlığı ile ilişkili olarak bir ahlak öğretisi geliştirdiği gözden kaçırılmamalıdır. Meslek etiğinin temelini oluşturan, ödev ahlakı bu anlamda, evrensel bir takım ahlak yasalarının öngörülmesiyle oluşmuştur.

Kant bir yandan ödev etiğinin temelini ölümsüzlük ya da ahiret hayatına ve Tanrı’ya beslenen inancı yerleştirirken, diğer yandan da Tanrı’nın var oluşunu kanıtlamada, ahlak delilini kullanmıştır. Bunlardan birincisi söz konusu olduğunda, Kant ölümsüzlük ve Tanrı’nın bilimin konusu olmasalar bile, onları düşünmek ruhun ölümsüzlüğüne ve Tanrının var oluşuna inanmak için başka nedenler olduğunu söyler ve bu nedenler pratik nedenlerdir. Fakat ikincisi söz konusu olduğunda, dini özü itibariyle yürek saflığıyla ilgili bir mesele olarak gören ve dolayısıyla spekülative teolojiden tamamen vazgeçen Kant bir “ahlak dini” ortaya koyar (Cevizci, 2002: 28).

Deontolojik ahlak kuramının savunucusu olan Kant ideal durumu tariflemeye çalışarak; ahlakı, mutluluğu hak etmekle özdeşleştirerek, bir takım genel geçer doğrular üzerinden ilerleyen bir etik anlayışının da savunucusudur.

Deontolojik etik kuramı, meslek etiğinin de çıkış noktasıdır. Deontolojik etik bir takım kuralların katılığı ve genel geçer ilkelerin varlığıyla aslında şekilci bir etik anlayışıdır. Hangi davranışların kabul edilebilir olduğu, insanların hangi davranışları yapmakla yükümlü olduğu ve bunu yaparken sebebin ne olduğu (din, iyi niyet) ile ilgilenen deontolojik etik, meslek etiğinin oluşmasında önemli bir rol oynamıştır.

Deontolojik etik, görev merkezli olduğu için, kendisini görevine adanmış bir medya çalışanı, örneğin, “benden beklenen budur, çünkü ben bunu yapmanın doğru olduğuna inanıyorum” diyerek, gerçeği söylemeye çalışacaktır (Özkaya, 2003: 128). Görülüşü gibi burada yükümlülük ve ödev merkezli bir anlayış söz konusudur. Diğer meslek etiklerinin de çıkış noktası bu sorumluluk kavramıdır. Fakat, bazı yazarlar deontolojik yaklaşımdan yola çıkarak iş ahlakında göreceliği reddetmektedirler. Buna göre iş ahlakı evrensel değildir. Evrensel olmayan bir kural belki pratik bir yol gösterici olabilir ama bir iş ahlakı ilkesi olamaz. İş ahlakı ilkeleri her duruma uygulanabilir nitelikte olmalıdır (Arslan, 2005: 11).

Erdem etik, iyiliği veya doğruluğu tariflemekten ziyade, insanın karakterinin gelişmesini konu edinir. Mutluluk, insanın en büyük hedefi olarak düşünülmektedir. Bu kuramda doğruluk eylemin kendisi veya sonucu tarafından değil, aktörün (kişinin) karakteri tarafından belirlenir (Erdoğan, 2006: 9).

Betimleyici yöntem aracılığıyla belirli bir toplum ya da topluluktaki fiili eylem ve davranış biçimleri, söz konusu toplum ya da topluluk içindeki etkin değerler ve geçerlilik talepleri açısından araştırılır. Bunlar araştırılan toplum ya da toplulukta geçerli olan, yani oradaki mevcut, olağan pratiği ve bu pratiği yönlendiren – çoğunluğun bağlayıcı olduğunu kabul ettiği ahlak yasalarının bütününe yönelik yargıları içerir (Pieper, 1999: 17).

Betimleyicilik ‐ahlaksal ilkeler dnyanın nesnel özelliği midir yoksa kişiye, kültüre ve türlere göre midir?‑ sorusuna yanıt arayarak, ahlaksal prensiplerin ontolojik (varoluş) durumunu inceler. Bu sorunun ilk bölümünü destekleyenler, evrensel etik ilkeleri üzerinde duranlar objektivist ve ikinci bölümünü, evrensel ahlak prensipleri olmadığı varsayımını, destekleyenler ise relativist (greselci, görececi) olarak isimlendirilir (Erdoğan, 2006: 10).

Betimleyici etik ahlak ve ahlaki eylem bağlamında olması gereken ya da değer yerine, olan ya da olgularla ilgilenir, ahlaki inançlarımızla ilgili sosyolojik ya da psikolojik olguları ifade eder. Söz konusu yaklaşımda, etik daha ziyade seyirci, gözlemci veya gözlemleyici durumdadır; ahlaki olgu ve olaylara dışarıdan bakar, onları bilimsel yaklaşımla gözlemleyip, tasvir eder, açıklar (Cevizci, 2002: 6).

Meta-etik ise daha çok, günlük ifadelerin ve dilin, etik düşünme üzerindeki etkisiyle ilgilidir. Bu anlamda etiğin eleştirisi ve lafzi yorumu mümkündür. Meta-etidiğin konusu etik ve etik düşünmenin kendisidir.

Meta-etik, yaklaşımları dilin ve normatif etiksel sistemlerdeki mantıksal ilişkilerin felsefi incelemesini yaparlar (Erdoğan, 2006: 10). Etik, eleştirel olarak kendi çözümlemesini, yöntemsel- sistematik açıdan sorguladığında ve ilklerinin doğruluğundan emin olduğunda meta-etik olur (Pieper, 1999: 81).

Sonuç olarak, etiğin bir dalı olan meslek etiği, uygulamalı etik alanına girmektedir. Bir mesleğin hangi ilkelere dayanılarak yapılacağı ve bu konuda evrensel standartlar oluşturma çabası, felsefi bir noktadan daha teknik ve uygulamaya yönelik bir alanı kapsamaktadır. İzleyen bölümde meslek etiği ayrı bir başlık altında incelenecektir.

1.3.2. Meslek Etiği ve İş Ahlakı

Felsefî anlamda etik kavramı konusundaki tartışmaların temelleri felsefenin doğuşuna kadar uzanmaktayken, “meslek etiği” (professional ethics) veya “iş ahlakı” (business ethics) etiğin bir çalışma alanı bulması ve uygulamalı bir yapı kazanması durumu, yakın geçmişe dayanmaktadır. Uygulamalı etik de denilebilen bu alan, pratikte etik kavramının özündeki “iyi-kötü” çerçevesinde yapılan felsefî bir tartışmadan ziyade belli ilkeler saptamaya yönelik bir durumu ifade etmektedir. Uygulamalı etik alanı uğraş ahlakı ve yöntem bilgisi gibi kavramları da kapsamakta olan, başlı başına bir alanı ifade etmektedir (Örs, 2001: 247). Öte yandan, uygulamalı etik alanının belirlediği temel ilkelerin, toplumsal hayatta uygulanabilme yöntemi, bu alanın sınırları, uygulanabilme imkanı ve bu doğrultuda belirlenen bir takım temel ilkeler, geniş bir tartışma konusu oluşturmaktadır. İnsan ilişkilerinin ve toplumsal olayların belli bir sistem içinde ilerlemesi ilkeler ışığında gerçekleşmektedir. Bir ilke, davranış biçiminin nasıl olacağını belirlemez, fakat kişisel sorumluluğun altını çizer. Oysa kurallardan, bahsedildiğinde onlar kişiye seçme hakkı vermezler. Kişi önceden belirlenmiş bir kurala uymakla yükümlüdür ve kurallar tek tek durumlar ve olgular üzerine odaklanmaktadır. İlkeler, daha genel ve soyut nitelikte olmakla birlikte, ilkelerin kuralları değerlendirme ve doğrulama yetkinliğine sahip olma gibi özellikleri de vardır (Aydın, 2001: 133). Bahsedilen etik ilkelerin, meslek hayatında geçerli olması; sendikaların, meslek örgütlerinin, derneklerin kurulmasıyla yazılı bir takım kuralların belirlenerek, belli bir takım meslek alanlarında geçerli olmasıyla söz konusu olmuştur. Etik ilkeler yasa olarak geçerli olmasalar da, emretmekten ziyade önermeler de, bu onların yaptırım gücü olmadığı ve uygulanmadıkları anlamına gelmez (Uluç, 2010: 323).

Toplumsal açıdan bakıldığında, belli bir grubu bağlayan, kısmi ahlak ilkelerinin ve teknik kuralların belli bir takım standartlara oturmasının dışında, Pieper’in bir gruba has “özel bir onur yasası” olarak betimlediği, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki kabuller de bulunmaktadır. Bu anlamda belli bir meslek mensubunun ödüllendirilmesi ya da dışlanması mümkündür. Diğer taraftan her meslek az ya da çok belirgin olan kendi meslek ahlakını ya da ait olduğu zümrenin ahlakını üretir ve bu kurallar söz konusu mesleği seçenleri ve meslek olarak yürütenleri bağlar (Pieper, 1999: 39-40).

Meslek etiği, toplumdaki işbölümü ve işbirliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Meslek sırlarını korumak ve paylaşmak amacıyla kurulan Avrupa'daki lonca teşkilatlarından, modern toplumlardaki özgürlükçü düşünce sonucu ortaya çıkan meslek örgütlerine kadar; arada geçen süre içerisinde, demokratik ve toplum sözleşmeci anlayışın bir sonucu olarak, belli bir kamuoyunun varlığıyla birlikte “kamu yararı” ve “kamu vicdanı” kavramları ortaya çıkmış ve böylece bu kuruluşların denetim ve belli bir standart geliştirme ihtiyacı, toplumsal bir hal almıştır. Meslek etiği, bu açıdan bakıldığında belli bir sosyal sorumluluk ve duyarlılık ihtiyacından kaynaklanmaktadır.

Özellikle sanayi deviminden sonra, seri üretiminde hızlanmasıyla birlikte, toplumsal çıkar ilişkileri daha karmaşık bir hal almış, çatışan çıkarlar söz konusu olmuştur. Ekonomik olarak üretim ve tüketimin artması, iktisadi çıkarlar için, belli birtakım ahlaksal ilkelerin göz ardı edilmesine sebep olmuş ve bu anlamda hem toplumsal denge hem de doğal denge alt üst olmuştur (Arslan, 2005: 6).

Meslek örgütlerinin, ahlaki yaşam açısından taşıdığı önemi özellikle vurgulayan E. Durkheim, sanayileşen bir toplumda patolojik olarak değerlendirilebilecek bir durum olarak, toplumun kendisine, işleyişine ve özellikle de toplumsal işbirliğine zarar veren bir ahlaki otorite eksikliğinin, geleneksel toplumlardaki meslek örgütlerinin, sanayi toplumlarında ortadan kalkmasıyla ilişkili olduğunu söylemektedir (Eraş, 2007: 205-206).

TDK'ya göre meslek, “belli bir eğitim ile kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, insanlara yararlı mal üretmek, hizmet vermek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, kuralları belirlenmiş iş” olarak tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, t.y.).

Meslek etiği ve iş ahlakı benzer kavramlar olmakla birlikte, meslek etiği denildiğinde belli bir profesyonellik gerektiren bir alana dair ortak etik kodlar anlaşılmaktadır. İş ahlakı, daha çok iş dünyasında ve çalışma hayatında kişilerin, kar ve belli ticari kaygıların olduğu bir ortamda nasıl davranmaları gerektiği ile ilgili bir kavramdır. Literatürde farklı tanımlamaları mevcut olmakla birlikte, iş ahlakı, kişisel ve ahlaki normların, ticari işletmelerin amaç ve hedeflerine nasıl uygulandığını inceleyen bir

çalışma alanıdır. Bu alan, sadece ayrı bir ahlaki standarttan ibaret değildir, aynı zamanda o iş çevresinin kendine has problemleri karşısında, etik bireyin sistemin bir ajanı olarak nasıl davranması gerektiğini de inceler (Nash, 1993: 5).

Meslek etiği, belirli bir mesleği uygularken, kişinin ne yapması ya da ne yapmaması gerektiği ile ilgilidir. Bütün meslek gruplarının ahlakları, mevcut genel bir ahlaki ilkeye; “mesleğinde mümkün olduğunca iyi olma” ilkesine dayanır, çalışma ve emeğin kendisine bir değer yüklenir. Meslek sadece, belli teknik normlar aracılığıyla değil, diğer insanları doğrudan ya da dolaylı olarak ilgilendiren ahlaki normlar temelinde icra edilecek bir etkinlik olarak tanımlanmaktadır. Platon, bir işin iyi yapılması için yalnızca uzmanlığın yeterli olmadığını, iyiye niyet etmenin de önemli olduğunu vurgular (Uzun, 2007: 17).

Bu açıdan bakıldığında yasal düzenlemeler de belli bir kurallar bütünüdür ve kişinin en büyük yargıcı yine kendi vicdanıdır. Buradaki problem yaratacak nokta, her bireyin kendi etik değerlerinin farklı olması ve moral davranışın yoruma açık olmasından dolayı, herkesin kendi yoruma açık ahlaki ilkelerini oluşturmasından sonra, bu durumun kamuya zarar verme olasılığıdır.

Meslek etiği; bireysel etik, örgütsel etik ve evrensel etik sistem sınıflandırması açısından sonuçlar barındırmaktadır. Mesleği uygulayanlar, bireysel açıdan kendi etik değerleriyle, örgütsel açıdan çalıştıkları kurum içi etik kurallarla ve nihayetinde evrensel etik sistem ilkeleriyle bağlıdırlar. Dolayısıyla istenen etik davranış, bireysel açıdan kişinin kendi değerleriyle, evrensel mesleki etik ilkeleri arasında bir uyum olması sonucunda meydana gelir. Tıp, hukuk, eğitim, yayıncılık, gazetecilik gibi bazı mesleklerin etik ilkeleri evrensel deklarasyonlarla ilan edilmiş ve kabul görmüştür. Tıbbın bu anlamda moral bir toplum oluşturduğu öne sürülmektedir. Kullanılan yemin ne olursa olsun bağlayıcıdır ve “moral toplum” oluşumunda rol oynamaktadır (Güven ve Ersoy, 2000: 54).

Meslek etiği, mesleğin doğası açısından uygulanmasından kaynaklanan bir takım olumsuzluklardan, mesleği uygulayanların ihmal, gereken özeni göstermeme ya da iyi

niyetli olmayan bir takım davranışlarından kamuoyunu ayrıca meslek için oluşan olumsuz imajdan meslek mensuplarını, üçüncü kişileri ve kamuyu korur.

Mesleğin kendi kendine kontrolü ve dış müdahalelerin en aza indirilmesi ile mesleki otorite ve üyelerin sosyo-ekonomik statülerinin korunması arasındaki karşılıklı ilişkinin birbirini desteklediği ileri sürülmektedir. (Aktaran: Ergün ve Gül, 2005: 145).

Mesleğin kendi teknik özelliklerinden kaynaklanan belli bir uzmanlık gerektirme durumu, kendine özel kapalı bir alan yaratmaktadır. Dolayısıyla bu alanın etik açıdan potansiyel sakınca taşıması mümkündür. Meslek örgütü, mesleki yeterliliğin sağlanması ve günün değişen koşullarına ayak uydurabilmesi için sürekli eğitim ortamını oluşturmaya çalışır. Ama bütün bunlar, yine de, üyelerin tek tek mesleki ürünlerinin kalitesini garantileyemez. Bunu sağlayacak olan meslek etiği ve meslektaşların ahlaki nitelikleridir. Mesleki etik, bir özdenetim düzeneği gibi çalışır. Ama öteki denetim biçimlerinden farklı olarak içseldir ve manevi bir nitelik taşır. Meslek etiği; genel ahlaki ilkelerin, söz konusu meslek özelinde yeniden yazılmasıdır. Genel ahlak kurallarının ötesinde bu kez, mesleki ahlak ilkeleri, etik kurallar olarak “mesleki davranış ilkeleri” adıyla yazılıdır ve bir belge olarak ortadadır (Gülsünler, 2010: 160). Meslek mensupları, etik bir kararsızlık ya da çelişki yaşadıklarında bir rehber olarak bu ilkelere başvurmalıdırlar.

Aydın’ın (2003: 24), Airaksinen’den aktarımına göre meslek etiği, farklı yaklaşımların ışığında incelenebilmektedir:

Etik kod yaklaşımı, her meslek dalının geliştirdiği bir takım etik kodlardan yola çıkarak, sistematikleştirilmiş bir değer ve yükümlülükler bütünüdür.

Etik kurallar sistemi, genel yol gösterici ilkeleri veren bir stratejidir ve yasaların izin vereceğinden çok daha geniş bir yoruma açıktır. Etik kodlar, bir mesleğin ve toplumun üyeleri arasındaki “inandırıcılığın” aracıdır ve ortak değerlere ve misyona sahip üyeler arasında aidiyet duygusunu artırır, topluma karşı görevlerinin olduğu bilincini canlı tutar (Bilgin, 2007: 64).

İkilemli yaklaşım, mesleki uygulamaların hem kötü hem de iyi yanını içeren bir karşıtlıktan yola çıkar. Meslek etiği, mesleki olarak iyi olmayan ve uygun görülmeyen davranışların eleştirisini içermelidir. Bir mesleki uygulamaların etik kodların ve davranış ilkelerinin arkasına gizlenerek, meşrulaştırılması bu bakımdan doğru değildir. Profesyoneller kimi zaman böyle bir gayret içine girebilirler. Bu bakımdan ikilemli yaklaşım, temel problem alanlarını ve örnek olayları ayrıntılı olarak incelemek ister. Fakat bu yaklaşımın dezavantajlı tarafı, ayrıntılara çok fazla takılıp genel tabloyu kaçırabilmesidir. Meslek mensupları, bütün bunlara ilave olarak kendi meslek alanını damgalayacak bir örnek olay çalışması içine de girmek istemez. Bu bakımdan meslek etiği eğitimi de zorlaşmaktadır.

Standart Yaklaşım, meslek yaşamındaki temel problemlerin yerine, meslek etiği standartlarına önem vermektedir. Bu yaklaşım, mesleki etik sorunsalından öte genel standartlar üzerinde durmaktadır ve bu standartların, meslek etiğinin hak ve ödev gibi kavramların uygulanmasına yardımcı olduğunu savunur. Bu yaklaşım, etiğin pratik anlamıyla yani günlük toplumsal ilişkilere uygulanabilirliği ile ilgilidir.

Meslek etiği ilkeleri ya da kodları aşağıdaki yararları sağlar:

- Aynı meslek grubundan kişilerin baskısını sağlar ve meslek mensubunu, etik davranış gösterme konusunda motive eder,
- Bireylerin kişilikleri ile karar vermeleri yerine doğru ya da yanlış davranışlar hususunda daha tutarlı ve kararlı bir rehberlik sağlar,
- Belirsiz durumlarla nasıl başa çıkılacağı konusunda rehberlik eder,
- İdarecilerin otokratik gücünü kontrol eder,
- Kurumların toplumsal sorumluluklarını tanımlar,
- Kurumun ya da mesleğin çıkarlarına hizmet eder (Aydın, t.y. :3).

Bir meslek mensubunun, mesleğini icra ederken ortaya koyduğu davranışlar, bir noktadan sonra diğer meslektaşlarını da yakından ilgilendirir. Yanlış bir davranış yalnızca kişiyi küçük düşürmekle kalmaz, mesleğe karşı toplumda duyulan güveni de

zedeleylebilir. Bilindiği üzere, bir mesleğin saygınlığını yitirmesi tüm toplum için bir kayıptır ve meslekler toplumsal yaşamın vazgeçilmez unsurlarıdır. Onların açıklanmış amaçları doğrultusunda çalışmaları, insanların maddi ve manevi gereksinimlerinin karşılanması için yaşamsal önemdedir. Meslek ahlakı, her meslek üyesinin olabildiğince iyi olması ilkesine dayanır (MEB, 2006: 24).

Hangi ad altında olursa olsun, meslek mensuplarının genel ve ortak davranış kalıplarını belirleyen normlar, temelde şu üç işlevi yerine getirirler: (Girgin, 2000: 192)

- Hizmet içi ilkeleri korumak.
- Meslek içi rekabeti düzenlemek.
- Yetersiz ve ilkesiz üyeleri ayıklamak.

Meslek etiğinin evrensel standartlarının saptanabilmesi konusunda felsefi açıdan bir tartışma alanı mevcuttur. Toplumsal sözleşme kuramı gereğince Evrensel İnsan Hakları Beyannamesi gibi “ortak iyiyi” savunan, insan hakları, sosyal sorumluluk, çevre etiği gibi evrensel olarak kabul görmüş metinler; mesleki etik çerçevesinde, tıp, hukuk, eğitim, medya gibi, insana ve topluma etkisi önemli meslek alanlarında bazı genel geçer ve evrensel kuralların gerekliliğini desteklemektedir. Bu alanlar aynı zamanda yasalarla da düzenlenmektedir. Öte yandan farklı, din, dil, kültürden gelen kişilerin belli evrensel nitelikte normlara uymaları beklenmektedir. Evrensel bildirimlerdeki normlar çoğu zaman felsefi olarak değerlendirilmemiş, evrensel olabilecek ya da evrensel olamayacak kurallardan oluşmaktadır. Normlar değerlendirildiği zaman da ‘evrensellik’ten, bir normun dünya düzeyinde geçerli olmasını değil, onun bir epistemolojik-aksiolojik özelliğini, yani türetildiği temel öncüllerin bilgisel bakımdan bir özelliğini anlaşılmaktadır. Bu özelliklerinden ötürü bu tür normlar, insanların başka insanlara nasıl muamele etmeleri ve bütün insanların nasıl muamele görmeleri gerektiğine ilişkin talepler içermektedirler (Kuçuradi, 2003: 8). Buna karşın, insan davranışları büyük ölçüde belli bir kültürel geçmişe bağlı olarak gerçekteşmektedir. İnsanların, daha özelden meslek sahibi çalışanların, doğruyu bilmeleri ve kabullenmeleri, onu uygulayacakları anlamına gelmez. Ayrıca belli davranış kalıplarının, belli kurallarla bağlı olması, karar verici olanın belli bir ikileme düşmeden karar almasını da kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla belli mesleklerde, kişinin manevi değerleri ve bireysel ahlak anlayışının

yanında, herkesçe kabul gören bir takım standartlara ve davranış ilkelerine ihtiyaç vardır. Ayrıca bu standartların oluşması, mesleğin kendi içindeki çalışanlar tarafından meslektaşlarının denetimi için de gereklidir.

Meslek etiği, kendi içinde uzmanlık gerektiren birçok mesleğe ilişkin kuralları ve etik kodları içermektedir. Fakat basın ya da yaygın kullanımıyla medya gibi bazı alanlara ilişkin etik ilkeler, bütün toplumu yönlendirebilme ve toplumsal olaylara yön verebilme kabiliyetine sahip oldukları için ürettikleri dışsallık açısından ayrı bir öneme sahiptir. Bu sebepten izleyen bölümde medya etiği konusu, ayrı bir başlık halinde incelenecektir.

1.4. MEDYA ETİĞİ

Bir meslek etiği olan medya etiği konusu, literatürde çok kapsamlı olarak değerlendirilmiştir. Etik kavramı da gazetecilik etiği, radyo televizyon etiği, haber etiği, fotoğrafta etik, yazılı ve görsel haberde etik, gibi çok farklı dallar altında incelebilmektedir.

Günlük yaşamda sıklık ve yoğunlukla kullanılmasına rağmen, medya kavramının sınırları ve kapsamı belli değildir. Örneğin, televizyon medyası denmekte, bunun yanında; yazılı basın, radyo ve televizyon başta olmak üzere internette dahil bütününü kastetmek için medya kavramı kullanılmaktadır (Kocadaş, 2005: 5).

Çalışmanın sınırları açısından, bütün bu kavramları kapsayan medya etiği kavramı kullanılmıştır. Günümüzde medyanın sadece iletişimden öte çok farklı işlevleri bulunmaktadır. İnternetin toplum hayatına girmesiyle birlikte iletişim çok farklı işlevler kazanmıştır. Her iletişim faaliyeti medya olarak nitelendirilmemektedir. Bu sebepten dolayı çalışmada, iletişim etiği yerine, medya etiği kavramı kullanılmıştır.

Medya, en geniş anlamıyla, kişilerin veya grupların örgütlü bir biçimde iletişim halinde olduğu kanalları ve ortamları ifade eder (Howard, 2002: 4).

Medya kavramı, yani klasik anlamından öte, internetin de varlığıyla birlikte, çift yönlü bir etkileşim faaliyeti haline gelmiştir ve yeni medya alanları gündeme gelmiştir.

Günümüzde kamunun, karar alma süreçlerine aktif katılımı ve internet aracılığıyla toplumsal süreçlerde aktif bir rol alması söz konusudur. Devletin bu alanı kontrolü, belirli hassasiyetler yaratmaktadır ve önemli bir konudur. İdarenin bu anlamda, etik unsurları da gözeterik nasıl davranması gerektiği ilerleyen bölümlerde incelenecektir.

1.4.1. Medya Etiğinin Tanımı

1980'lerden sonra küreselleşmenin etkisiyle dünyada yaşanan liberal devrim sonucunda özelleştirme faaliyetleri hız kazanmış ve devletin kamu çıkarını korumak adı altına bir takım tedbirler alması, gündeme gelmiştir. Enerji, medya ve birçok alanda yapılan özelleştirme faaliyetleri sonucunda, özel sektörün gelişmesiyle birlikte, evrensel arenada rekabet edebilen uluslar arası ve ulus üstü örgütlerin doğması söz konusu olmuştur.

Küreselleşme, iletişim teknolojilerinin yoğun kullanımı piyasa ve özel sektör faaliyetlerinin evrensel bir düzenekte işlemesine olanak sağlamıştır. Birçok sektörde olduğu gibi medya sektöründe de iktisadi olarak bir şirketin temel amacı kâr elde etmektir. Kâr elde ederken, yapılan işin doğası gereği içinde bulunduğu toplumsal düzene, siyasal hayata, bireysel anlamda kişilik haklarına zarar verme, bir olguyu kolayca manipüle edebilme ve kitleleri, siyaseti, ekonomiyi kolayca etkileyebilme potansiyeli bulunmaktadır.

Dolayısıyla medya etiği, üzerinde hassasiyetle durulmasını gerektiren bir konum arz eder. Bu bilgiler ışığında medya etiği şöyle tanımlanabilir: “Medya etiği; liberal toplumlardaki özgürlüğünü, piyasanın ekonomik denetiminden ve devletin siyasal baskısından uzak olma temeline dayandıran medyanın, ticari bir işletme olma niteliğini açıkça savunmaya başlamasıyla birlikte bu özgürlük zeminini kaybetme tehlikesine bir yanıt geliştirme çabasıdır. Buna göre, medya etiğinin, piyasanın manipülatif gücünün panzehiri olarak işlev görebileceği, endüstrinin etik ilkelere bağlı kılınmasıyla kamuyla olan güven ilişkisinin korunabileceği, kısaca medyanın demokratik işlevlerinin kendi kendini denetleyerek (*self-regulation*) yerine getirebileceği savunulmuştur.” (Taş, 2009: 3).

Medya etiği, yaptıkları işler ne kadar farklı olursa olsun gazetecilerin, radyo televizyon yapımcılarının, iletişim uzmanlarının ve reklam sorumlularının, kısaca her gün medya yoluyla geniş bir topluluğa iletilerini yayın profesyonellerin; topluma kitle iletişim araçları yoluyla yaydıkları bilgi ağında, ortaya çıkan sorunlu durumlar hakkında, sistematik bir düşünce biçimini öneren, uygulamalı bir etik alanıdır. Fakat, medyayla ilgili ahlâki sorunlar yalnızca medya çalışanlarına özgü değildir, aynı zamanda demokratik bir toplumdaki bütün vatandaşları ilgilendirir (Evers, 2009: 46).

Başka bir açıdan değerlendirildiğinde, medya dünyasında etik ya da özdenetim anlayışı, gazeteciliğin ilk olarak geliştirdiği Batı dünyasında ortaya çıkmıştır. Medya etiği denilince akla, okurun güvenini kazanmak ve korumak amacıyla basın mensupları tarafından alınan önlemler gelir. Etik, görece özgür biçimde çalışan gazetecilerin artan çeşitli baskılara karşı kendilerini ve mesleklerini korumak, okurun güvenini kazanmak amacıyla uymaya söz verdikleri kurallar olarak ortaya çıkmıştır (Aktaran: Girgin, 2000: 193).

Medya etiği konusunun daha iyi anlaşılabilmesi için, neden bu alana ihtiyaç duyulduğunun irdelenmesi gerekmektedir. Medya Etiğinin ortaya çıkış süreci ve kuramsal anlamda, belli bir sorumluluğun ortaya çıkış süreci de önemlidir.

1.4.2. Medya Etiğinin Ortaya Çıkış Süreci ve Temelleri

Basın, yayın ve kitlelere haber ve benzeri konular iletme, kısaca medya ile ilgili düzenlemeler, devlet, özel kuruluşlar ve medya üçleminde, devletin bu alanı kontrol etme gayreti 17. yüzyıla kadar uzanmaktadır.

17. ve 18. yüzyıllarda, iktidarların onaylamadığı yayınları yapan kuruluşlara, sansür uygulanmış ve ağır para cezaları kesilmiştir. Medya etiğinin temelleri, basının nasıl hareket etmesi gerektiği, görevleri ve sorumlulukları, bu erken dönemde iktidarlar tarafından belirlenmiştir. Yönetimin politikalarına hizmet eden yayınlar yapılması ve devletin medyayı tekelinde tutma gayreti, yayın ruhsatları ve ağır vergilerle, medya kuruluşlarını belli bir politikaya hizmet etmeye mecbur bırakmıştır.

Monark yönetime göre bu dönemde devletin gazeteciden beklediği, devletin kurallarını vatandaşa duyurmaktı. Eleştirmek ve karşıt görüşleri savunmak belli bir baskı ortamında yasaklanmıştı (zdemir, 2006: 24). Bu dönemde, İngiliz haber kitapları ve ilk süreli (periyodik) basın, haberlerinin hakikatle tarafsız bir “ilişki”ye, sıradan gerçekliğe dayandığını iddia etmişlerdir. Erken dönem editörler, bu iddiaya dayanarak, iktidar sahiplerini, bastıkları haberlerin halk için sakıncalı olmadığına ikna etmeye çabalamış, bu etik söylem üzerinden hükümetin devlet meseleleriyle ilgili yayınlara duyduğu öfke karşısında, eylemlerini kavramsallaştıracak ve meşrulaştıracak bir yol açmaya çalışmışlardır (Taş, 2009: 24).

19. ve 20. yüzyıllarda; seri üretim, sanayileşme, ekonomik gelişme ve liberalizmin dünyadaki yükselişi ve bu anlamda “zgrleştirici” politikaların, devlet eliyle mi sunulması gerektiği, “basın özgürlüğü” anlamında temel hak ve özgürlükler arasındaki yerini almıştır. Mill, Hobbes ve Locke gibi toplumsal sözleşme kuramını savunanlara göre hak ve özgürlükler bu alanda da koruma altına alınmalıdır. Bu anlamda 20. yüzyılda basın özgürlüğü toplumsal sözleşmeci bir kuram temelinde tartışılmaya başlanmıştır (Eryılmaz, 1999). Toplumsal sözleşmeci yaklaşımda, bu özgürlüklere devletin müdahale etmemesi ve bu özgürlükleri koruması gerektiği vurgulanmaktadır. Medyanın, ifade özgürlüğü ve doğru haber alabilme hakkı bir yana, diğer taraftan rekabetçi piyasa ortamının gelişimiyle birlikte, reklamın ve ambalajın önem kazandığı “ilgi çekmek”, “talebi arttırmak” gibi özel sektöre ait ticari kaygıların varlığıyla; mesleki anlamda halk, iktidar ve sivil toplum örgütleri arasında, “objektif” durabilmenin ve halkı bu anlamda aydınlatma misyonu önemini korumaktadır.

Medyadan, bu misyonu yerine getirirken, bireyin ve halkın yanında olması beklenmektedir. Fakat iktidar ve g sahipleri ile birlikte hareket edebileceği bu tartışmalar yapılırken göz ardı edilmiştir. Tarihte, medya kuruluşlarını iflasın eşiğine sürükleyen otoriter yapı, demokratikleşmeyle birlikte yerini yasama, yürütme ve yargıya bırakmıştır. Medya, bu üçlü yapının arasında *dördüncü kuvvet* olarak yerini almıştır.

“Kapitalist siyasal sistemle birlikte, üç g yasama gücü, yürütme gücü ve judicial g biçimine dönüşmüştür. Bu üç g kapitalist demokrasinin bir gereğidir ve dördüncü güç

olarak "basın" bu gücün geliştirici ve "halk için" gözetleyicisi anlamına kullanılır Dördüncü güç kavramıyla, basına, burjuva siyasal yapısının üç ana bölümü içinde kendi başına halkın gözü ve kulağı olan, doğruyu ve haklıyı temsil eden, siyasal gücü bir bakıma teftiş eden, gözetleyen bir nitelik vererek, toplumun üretim (mülkiyet) ilişkileri yapısı dışında, bu ilişkilerin belirleyiciliğinden bağımsız, ideal bir görevsellik verilir.” (Erdoğan, 1999)

Medyada etik davranışı konu edinen özgürlükçü bildirimlerde basın özgürlüğü önemli bir yer tutmaktadır. Demokratik yönetimlerde seçme hakkına sahip, fakat görüşme ve karar sürecine katılımı teknik olarak mümkün olamayan halk adına bu hakkı basın ya da günümüzdeki ifade biçimiyle medya kullanır. Basının kamu yararını gözetme işlevi ve konum olarak dördüncü güç tanımlaması, bu hakkın güvence altına alınmasının gerekçelerini oluşturur. Bu noktada medyanın “ortak iyiyi sağlamak adına kendi misyonu doğrultusunda, her türlü etki ve denetim alanından uzak olup olmadığı sorusu yanıtlanmalıdır. Medya bu açıdan özgür müdür? Öncelikli üç güç olarak görülen, yasama, yürütme ve yargı’ya karşı özgürleştirilebilmiş bir medyanın başkaca güç veya güç odaklarının kontrolüne, etki ve yönlendirmelerine maruz kalıp kalmadıkları; özgür iradenin var olabilme olasılığının saptanması açısından bilinmesi gereken bir noktadır (Ünlüer, 2006: 3).

“Basın Kanunu’nun 3’üncü maddesi - Basın özgürdür. Bu özgürlük; bilgi edinme, yayma, eleştirme, yorumlama ve eser yaratma haklarını içerir. Basın özgürlüğünün kullanılması ancak "demokratik bir toplumun gereklerine uygun olarak; başkalarının şöhret ve haklarının, toplum sağlığının ve ahlakının, milli güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği ve toprak bütünlüğünün korunması, devlet sırlarının açıklanmasının veya suç işlenmesinin önlenmesi, yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması amacıyla sınırlanabilir" demektir. Bu madde bütün demokratik ülkelerin basın kanununda vardır.” (Melek, 2009: 26)

Devletin, yasama, yürütme ve yargı organlarıyla, denetim ve güvence altına aldığı, medya etiğinin ortaya çıkış sürecini hızlandıran ve etik ile yakından alakalı bir kavram olarak basın özgürlüğü; kendinden önce yer alan üç güç karşısında savunmasız kalmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, medya etiği bir anlamda, meslek ilkelerinin sınırlarını çizerek “bir oto kontrol mekanizması” da yaratmaktadır. Basın özgürlüğü için hassas olan nokta, iktidarlar ile devletin sürekliliğinin karıştırılmamasının gereğidir.

Bir takım ihlallerin, bireylerin temel hak ve özgürlüklerini ilgilendirmesi açısından medya etiğiyle, hukuk arasında yakın bir ilişki vardır. Sadece yazılı kuralların ve evrensel bildireler, bir ülkenin hukuksal düzeni içerisinde, bireylerin ve kamunun

haklarını güvence altına almak için yeterli değildir. Medya etiğinin en fazla tartışılan ve hukuki boyuta taşınan konuların başında, medya mensuplarının bireylerin özel yaşamlarına girme, müdahale etme hakkı ve bunun sınırı ve kamu çıkarı öne sürülerek mahremiyetin ihlali gelmektedir. Bir diğer sık rastlanan ve sadece etik açıdan değil hukuki açıdan da eleştirilen konulardan biri de, meslek mensuplarının dinsel, ırksal, etnik, cinsel, kültürel ya da ekonomik durumuyla ilgili hakaret, ayrımcılık, aşağılama, iftira gibi etik dışı yayınlar yapmasıdır (F.Örs, 2010: 3447).

Devletin müdahale etmediği yerde, basın kendiliğinden “özgür” bir ortam içinde olacak ve sonradan eklenen bir misyonla, dördüncü kuvvet olarak demokrasiyi tamamlayacak, çoğulcu demokratik bir tartışma ortamını sağlayacak, dahası, hükümeti denetleyecek, uygulamalarından vatandaşları haberdar edecektir. Bu yaklaşım çerçevesinde medya için özgürleşimci/özgürleştirici (*emancipatory*) bir işlev düşünülmez. Özgürlüğün, liberal bir düşünce çerçevesinde böyle bir kaygısı da bulunmamaktadır. Müdahalenin bulunmadığı yerde, özgürlüğün kendiliğinden yeşereceği gibi bir varsayım çoğu zaman sorgulanmadan benimsenmiştir (İnal, 2009: 28).

Belirtilen tartışmalar çerçevesinde, medya mensubunun ne kadar özgür olduğu ya da özgür olabileceği farklı bir sorunsala işaret eder. Görsel veya yazılı ürünü ilk elden üreten kişinin, bir taraftan “çok okunan/izlenen” bir ürün ortaya koyma zorunluluğu ve mensubu olduğu örgütün ticari kaygıları ile diğer taraftan bireysel, örgütsel ve kamusal etik ilkeleri göz önünde bulundurması çatışan bir duruma işaret eder. Ayrıca etiğin, moral bir kavram olması, kamusal ürünün işlenme sürecindeki belirsizlik açısından, medya mensuplarının uyması gereken kuralların yazılı ve belli olması önem taşımaktadır. Medya etiğinin ortaya çıkış sürecinde bu durum da etkili olmuştur.

18. yüzyılın monarşik ve diktatör iktidarlarından, günümüzün demokratik yönetim biçimlerine kadar medya dünden bugüne önemli bir değişim geçirmiştir. Fakat etik konusu, o günlerde tartışıldığından bu yana hala önemini korumaktadır, zira medyanın halkı aydınlatma ve karar alma sürecinde sesini duyurma işlevi hala devam etmektedir. Üretim biçimleri, mülkiyet şekli, küreselleşme ve liberalizmin etkisiyle, medya alanındaki ticarileşme, etik anlamda ihlallere müsait bir ortam yaratmıştır. Nitekim

bireysel ve şirketsel çıkarlar, kimi zaman kamu vicdanını zedeleyen, olaylara sebep olabilmektedir. Günümüzde demokratikleşme, sivil toplumun güçlenmesi, çeşitli meslek dallarının örgütlenmesi süreci, gazeteciliğin ve haberciliğin misyonunun tartışılmasının yolunu açılmıştır. Toplumsal sözleşme kuramının ortaya atılmasıyla birlikte, ekonomik gelişmeler ve çeşitli haklar ve özgürlükleri içeren liberal bir akımın da etkisiyle medyanın rolünün yeniden inşası ve modern medya yaratma çabası içine girilmiştir. Dördüncü güç olarak adlandırılan, siyaset ve kamuyu etkisi yönlendirebilme yetisine sahip modern medya, bu anlamda kendi içerisinde bir takım etik kodlar belirlemek durumundadır. Modernizmin de etkisiyle basının halkın yanında mı yoksa iktidarın yanında mı yer alması gerektiği ya da bir şirket olarak yalnızca ticari bir amaca mı hizmet etmesi gerektiği konuları gündeme gelmiştir ve “medya etiği” bu düzlemde değerlendirilmektedir.

1.4.3. Küreselleşme, Yeni Medya Ortamı ve Medya Etiği

Toplumsal ilişkilerin çok boyutlu bir hal almasına ivme kazandıran küreselleşme kavramı, kültürel açıdan dünya toplumlarının birbirine benzemesini, aralarındaki bilgi alışverişinin hızlanmasını ve sosyal etkileşimlerin artmasını ifade eden bir süreçtir. Küreselleşme ile dünyada birçok alana etki ettiği gibi, bilginin hızlı ve kolay bir biçimde yayılmasıyla birlikte, medya alanında da bazı etkiler meydana getirmiştir. Özellikle internetin, ortaya çıkmasıyla birlikte bilgi kolay ulaşılabilir ve hızlı bir dolaşıma sahip yeni bir yapı kazanmıştır. Klasik anlamda, radyo, televizyon ve gazete gibi araçları kullanan medya, internetin ve bilgi teknolojilerinin insanların hayatına girmesiyle birlikte, yeni medya denilen, sosyal paylaşım siteleri, haber ve video içerikli yayınların bulunduğu siteler ve bunun gibi birçok alan üzerinden işlevlerini yerine getirmeye başlamıştır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte, istenilen her türlü bilgiye hızlı bir biçimde ulaşabilmektedir. Bu anlamda yeni küresel ekonomiler yaratılmakta ve sosyal sistemler dönüşme uğramaktadır. Bu bakımdan her sosyal sistemde küreselleşmenin varlığıyla birlikte yeni yapılar oluşmakta ve kişiler arasında mesafelerin önemini kaybettiği yeni köprüler kurulmaktadır (Çalık ve Sezgin, 2005: 57).

Globalleşme sürecinde iletişim alanında meydana gelen temel yenilikler; elde edilebilen bilgi miktarındaki artış ve bilgi kirliliğinin oluşabilmesi, zaman ve mekan kavramlarının ortadan kalkarak iletişimin hızlanması, alıcının enformasyon üzerindeki kontrolünün artışı, kitlesel yayıncılıktan dar yayıncılığa ve bireysel yayıncılığa geçiş, etkileşim kapasitesinin artışı, mobilite ve kullanım kolaylığı, sistemlerin ağ yapılarına dönüşmesi ve medyanın farklı kollarının birleşip bütünleşmesidir (Aktaran: Örs, 2010: 3445).

Klasik medyanın geçirdiği bu değişim süreci, kontrol edilemeyen bir alan yaratmıştır. Bilginin kişiselleşmesi ve kişisel gizliliğin korunması bağlamında, medyanın etik yayın yapması, yeni bir düzlemde tartışılmaya başlanmıştır. Bilginin ve uygulamaların, çokluğu, hızı ve soyut bir ortamda paylaşıyor olması, teknik açıdan, hukuki ve yasal düzenlemelerin bu alanda daha sıkı bir biçimde uygulanma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu denetimin uygulanabilirliği açısından, kontrol edilemeyen bir alanın varlığı, aslında yasal düzenlemelerin de bir noktaya kadar etkili olabileceği savını güçlendirmektedir. İşte bu noktada medya etiği, oto kontrol açısından çok daha fazla önem kazanmaktadır. Basın özgürlüğü ve sansür ikileminde karşımıza çıkan bu çelişkili durumun çözümünde, yayın yapan aktörlerin bir takım etik unsurlara dikkat etmesi, medya etiğinin önemini ortaya koymaktadır.

İnternetin etkisi, etik haberciliğin zorluğu konusuna ışık tutmaktadır. Kökeni ister radyo dalgalarına, isterse yazılı materyallere dayansın, medya internet siteleri aracılığıyla bu alanda da varlığını sürdürmektedir. Bu siteler yazılı röportajları ve görsel materyalleri birleştirerek aynı platformda yayınlamaktadırlar. Fakat internette yayılan haberler ve bilgi, medya sitelerinde yayınlananların ötesine geçmektedir. İnternetin gürültülü ve karmaşık ortamında, her biçimdeki fikir ve bilgi sergilenmektedir. Bunlardan hangisinin doğru olduğu hangisinin yanlış olduğu nasıl belirlenecektir? İnternette dolaşan kişinin bu ortamda herhangi bir rehberi yoktur ve kendi çabasıyla gerçeği kurgudan ayırmak zorunda kalmaktadır. Bu anlamda etik, internet siteleri için, bilim adamı Tim Bernards-Lee'nin 2008'de geliştirdiği, internet siteleri için güvenilirlik etiketleri ve derecelendirme yardımıyla da ölçülebilmektedir. Fakat tıpkı televizyon izleyen ve gazete okuyan kişi gibi, internette dolaşan kişi de haberin veya kaynağın doğruluğuna göre fikir sahibi olmayı öğrenmek durumundadır. Bu açıdan bir medya sitesi, yüksek etik

standartlara ve doğruluğa sahip olmak zorundadır. Bir gazeteci için ise; ister televizyoncu, ister yazılı medya çalışanı, ister internet habercisi kısaca hangi alanda çalışıyor olursa olsun, etik davranmanın ilkeleri aynıdır (White, 2008: 30-31).

Yeni medya ve teknolojik gelişmelerle birlikte - bu alana bilişim etiği adı da verilmektedir- gazetecilik ve medya etiği çokça tartışılmaktadır. Kaydedilen ve üzerinde oynanılan fotoğraflar, harbin bu açıdan manipülasyonu; belirli bir kitle uyandırmak ve daha çok “tık”lanmak adına asparagas sayılabilecek haberlerin, doğrulanmadan ve hızlı bir biçimde yayınlanması, bu açıdan kişisel hak ihlallerinin varlığı, kaynağı ve doğruluğu belli olmayan haberler arasında gerçek olanın üzerinin örtülebilmesi gibi etik açıdan bir çok sakınca yaratan durum ortaya çıkmaktadır. Bu durumun önlenmesi için bu soyut alanda uygulanabilirlik açısından sıkıntı yaşanan yasal önlemlerin yanı sıra, haberi yayınlayanın etik konusunda bilinçli davranması son derece önemlidir.

Medya ve bilişim etiğinin ortak bir biçimde tartışılan alanları şöyle maddelenebilmektedir (Örs, 2010: 3448):

- Haberde ve bilgide güvenilirlik ve doğruluk,
- Kişisel gizliliğe ve özel hayata müdahale,
- Çocuklara ilişkin haberler ve çocuk pornografisi,
- Şiddet içeren davranışların özendirilmesi,
- Çıkar çatışmalarının varlığı,
- Cinsellik ve pornografi,
- Gizli kamera, kimlik gizleme ve buna benzer yanıltıcı yöntemler,
- Kamu Yararı.

Küreselleşmenin medya açısından önemli, diğer bir boyutu ise, global anlamda medya devleri yaratmış olmasıdır. Yeni teknolojilerin varlığı küreselleşmeyi hızlandırmakta, uluslararası benzeşen haber alanları ve ortak alanlar da yaratmaktadır. Dünyanın bir köşesinden, diğer bir köşesine uzanan BBC, CNN, FOX, CNBC-E gibi medya devleri, küreselleşmenin etkisiyle birlikte, yerelleşme faaliyetlerine hız vermiştir. Medyadaki tekelleşme etik ve demokratik açıdan kaygı verici olmakla birlikte, bu tekelleşen dünya

devlerinin, yerelleşme faaliyetleri de etik açıdan incelenmesi gereken bir konudur. Türkiye’de de CNN Türk, FOX Türkiye gibi küresel sermaye yapısı ile bağlantılı kanallar bulunmaktadır.

“Küresel ticari medya ortamında büyük medya kuruluşları, farklı ülkelerde ya doğrudan satın alma yoluyla ya da kurdukları yerel/ulusal ortaklıklarla yerelleşmektedir. Türkiye’de, 1999 yılında televizyon yayıncılığında, CNN Türk örneğinde karşımıza çıkan küre-yerelleşmede ulusal ticari medyanın konumu, Eylül 2006’da MTV Türkiye’nin kurulması, son olarak da 29. 07. 2006 tarihinde TGRT’nin satışı sonucunda gündeme gelen Murdoch’un girişimleri Türkiye’de küre-yerelleşme yapılanmalarının bir örneğidir... Fox’un genel yayın ilkesi hep dengecedir, ama hep iktidardan yana bir denge. Yani yatırım yaptığı ülkede iktidar kimdeyse onlardan yanadır. Gürcistan’da iktidar yerine muhalefeti destekleyince televizyon binasını bastılar. Denge politikasının yanı sıra Murdoch ve diğer yöneticiler, kanalların, aldıkları meblağdan daha fazla değerlenmesini istiyorlar. Bunun da yolu reytingin yüksek olmasından geçiyor. Rakamlarla ilgileniyor ve reyting alabileceği programlara yön veriyor.” (Güven, 2009: 79-84).

Küreselleşme çerçevesinde, ticari kaygıların varlığı ve şirketlerin genişleme stratejileri, kimi zaman etik haber verme, ya da etik davranışların önüne geçebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, küreselleşme etik alanında önemli bir darbe etkisi yaratmıştır. Bilginin ve haberin doğruluğunun şüphe ile karşılandığı bir ortamda, kamu ve medya ilişkisi etik açıdan önem kazanmaktadır. Haberin tekelleşme sonucundan bir elden dünyaya yayılması etik açıdan sıkıntı yaratmaktadır. Medya devlerinin aynı haber ajansından dünyaya geçtiği haber, alternatifini zayıf olduğundan tüm dünyaca aynı biçimde algılanmaktadır. Kamu yönetim açısından değerlendirildiğinde, medyada sahiplik yapılarının mümkün olduğunca, bir el altında toplanmasının önüne geçilmesi için, gerekli denetimlerin idare tarafından yapılması ve uygun rekabet ortamının hayata geçirilmesi gerekmektedir.

1.4.4. Medya ve Kamu İlişkisinde Medya Etiğinin Önemi

Modern medyanın ekonomik örgütlenme biçimi ve mülkiyet ilişkileri çok boyutlu bir yapı ortaya koymaktadır. Medya çeşitli güç ya da çıkar odaklarının etkinliklerine ilişkin haberleri ve çıkarlarına ilişkin görüşlerini kamuoyuna iletmeleri için yararlandıkları bir iletişim aracıdır. Medya etiği, meslek ilkeleriyle çatışan bu çıkar ilişkilerine karşı medya mensuplarının önemli bir koruyucusudur (Gürel, 2000: 35).

Böyle olmasına karşın medya etiği, iktidar ve medya arasındaki çıkar ilişkisi açısından tek başına yeterli bir kontrol alanı yaratamaz. Medyanın varlık nedeninin temeli ve en sağlam dayanağı siyasetle yakın ilişkisinden edindiği güçtür. Demokratik açıdan özgürlüğünün her şeyin üzerinde olduğu savı, medyanın varlık gerekçelerinden bir tanesidir. Buna karşı medyanın kimlerle temasta olduğu, kişi ve kuruluşlarla ilişkilerini nasıl yürütmesi gerektiğine dair, yaptırımını olan kurallar yoktur. Bununla birlikte kamu adına denetim yapan, medyanın faaliyetlerini gözeten ve kayıt altına alan yaptırımlar da bulunmamaktadır. Bu boşluğun etik kurallarca doldurulması mümkün değildir çünkü etik kuralların yaptırımları bu anlamda yeterli değildir (Ünlüer, 2006: 5).

Medya ve siyaset siyasal partilerle vatandaşlar arasında bir aracı olan medya demokrasilerde üç farklı işlevi yerine getirir. Bunların ilki *enformasyon işlevi*dir: medya, vatandaşları siyasalar, siyasa önerileri ve siyasaları yürürlüğe koyma ile bunlara eşlik eden diğer konular hakkında bilgilendirir. İkinci olarak medya, hükümetleri siyasal partileri halkın sorunları hakkında bilgilendirmek suretiyle *ifade işlevini* yerine getirir. Bu işlev temel olarak enformasyonun toplumdaki hükümete aktarılmasıyla ilgilidir ve demokrasinin siyasal “sınırlarını” tanımlar. Medyanın üçüncü işlevi olan *eleştirel işlev* bir öncekiyle bağlantılıdır: Medya, özellikle siyasi analiz ve arka plan bilgisi verirken; hükümet politikalarını, hükümetin bunların oluşumu sırasında takındığı tavrı ve uygulama biçimlerini eleştirir (Cuilenburg, 2009: 104).

Dünyanın ve insanların karşılaştıkları sorunlarla ilgili olarak, haberin yayılması ve değerlendirilmesi, belli bir tartışma ortamının yaratılması demokrasi bilincinin gelişmesi için zorunludur (Belsey ve Chadwick, 1998: 16).

Yazılı ve elektronik basın, yönetilenler (halk) adına, yönetenleri (kamu) denetler, yanlış yapılan ya da doğru olmayan uygulamalar bağlamında uyarı işlevini yerine getirir. Eski Roma'daki “forum” uygulamaları, halkın kararlara dolaysız katılımını ifade etmektedir. Çağdaş ve demokratik toplumlarda ise halk katılımı basın-yayın organlarıyla sağlamaktadır. Basının toplumun aynası işlevini görmesi, özgürlüğünü de önemli hale getirmiştir (Bülbül, 2000: 7).

Demokrasi ve medya arasında çift yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Medya bir taraftan demokratik sürece, halkın katılımını sağlayıp katkıda bulunmaktayken, demokrasinin gelişmesi de medyanın “ifade özgürlüğü” anlamında daha rahat hareket etmesine imkan tanımaktadır. Diğer taraftan kuvvetler ayrılığını belirgin olmadığı demokrasilerde iktidarların, medya üzerinde yasama, yürütme ve yargı üçlüsünü kullanarak anti demokratik bir baskı ortamına imkan sağlamaları mümkün olmaktadır. Nitekim ideolojik eğilimleri ne olursa olsun hükümetlerin çoğu basına açıkça müdahale etmedikleri zamanlarda bile sansür ve denetim uygulamaya çalışır ve bunu da genellikle başarırlar (Belsey ve Chadwick, 1998: 3).

Medya için bir suje ve haber kaynağı olan çıkar ve güç odakları, kimi durumlarda medya kuruluşlarını, etkileyebilmekte ve yönlendirebilmektedir. Medyanın sunduğu ürünün hedef kitlesi halktır. Dolayısıyla, demokrasilerde çoğunlukçu bir anlayışın gelişmesi ve yerleşmesi bakımından, iktidarlar kendilerini, seçmenlerine daha iyi ifade etmek için medya araçlarını kullanmaktadır. Örgütsel gelişim içerisinde, liberal ekonomik akımın ve rekabetçi anlayışın ilerlemesiyle birlikte, piyasa ilişkileri ve kar elde etme amacı da bu ikili ilişkinin içine ticari kaygıları da eklemiştir. Devletin; yasama, yürütme ve yargı yoluyla medyayı kendi istediği ürünü halka iletmek açısından, medya üzerinde belli bir gücü olduğundan bahsedilebilir. İşte bu gücü, sınırlandırmak ve medyanın bağımsızlığının güvence altına alınması açısından, medya etiği ve basın meslek ilkeleri, basını hem kendi içerisinde hem de dışarıya karşı korumaktadır.

“Medya ve etik toplantılarında, medyanın, üretim tarzı ve ilişkileri asla “etik” konusu olarak akla gelmez, ele alınmaz, asla etik ile ilişkilendirilmez, istense de ilişkilendirilemez. Sendikasılaşmanın, asgari ücretin, fazla mesai ödememenin, haftada altı gün 70 saat çalıştırmanın, kötü iş koşullarının, özlüce üretim tarzı ve ilişkilerinin “etikle” bağıni kurabilmek için bilişlerin ve vicdanların farklı bir şekilde biçimlendirilmesi gerekir. Elbette ahlak, hırsızlık, yalan, kandırma, dolandırma, haksızlık, moral, dürüstlük, doğruluk, haklılık vb ile ilgili kararlar ve uygulamalar etik konusudur. Fakat medya ve etik, tüm bunların kitle iletişim yoluyla milyonlarca insana gönderilen paketlenmiş ürünlerde nasıl ele alındığı ve nasıl işlendiğiyle ilgilidir.” (Erdoğan, 2006: 5).

Kamu yönetimi açısından, medyadan, kamu otoritesi tarafından belli bir denetim alanının sağlanması, medyanın ticari kaygılardan uzak belli bir sorumluluk çerçevesinde davranması, evrensel ilkeler ışığında sorumluluklarını yerine getirmesi beklenmektedir.

Medyanın kamusal sorumluluğunun veya medyanın bu sorumlulardan hangilerini kabul etmesi gerektiğinin belirlenmesi; ülkede yaşayan bireylerin ve tüzel kişilerin hak ve özgürlüklerinin korunması ve sosyal açıdan sağlıklı bir ortamın sürdürülebilmesi bakımından önemlidir. Ayrıca devletin, medya alanında demokratik bir rekabet ortamı sağlaması gerekmektedir. Medyada tekelleşme ve şirketleşmenin olduğu rekabet ortamının sağlanmadığı bir düzlemde, iktidar veya güç sahipleri ile olan ticari menfaat ilişkilerinin, ortaya çıkarılması güçtür. Devletin ve iktidar sahiplerinin, bu açıdan medya kuruluşlarına olan mesafeleri eşit olmak durumundadır. Medyanın buna karşı sorumluluk ilkesini üç ana başlık altında değerlendirmek mümkündür:

- Hiyerarşik Sorumluluk: Sorumluluk bilinci medya çalışanının önce kendisinden başlamalıdır. Bu sebeple de çalıştığı basın-yayın kuruluşuyla, etik ilkelerine sadık kalacağı konusunda anlaşmaktadır.
- Topluma Karşı Sorumluluk: Medya toplumun beklentilerine karşı da sorumludur. Medya çalışanı, hedef kitlelerin gereksinimine özen göstermek ve onlara karşı duyarlı olmak zorundadır.
- Bireysel sorumluluk: Bireysel sorumluluğun özünde, medya mensubunun kendi kendine onayladığı, benimsediği ve kabul ettiği sorumluluk ilkeleri bulunmaktadır (Bülbül, 2000: 7-8).

Katılımcı, demokratik bir ortamın vazgeçilmez bir aktörü olan medyadan şu işlevleri yerine getirmesi beklenmektedir (Aktaran: Önür ve Çatalcalı, 2003: 241):

- Politik iletişim süreci olarak, hükümetin dışında farklı bilgi, enformasyon ve bakış açısı sunularak, siyasi elitlerin, iktidar üzerinde kontrolünü ve kamuoyunun yönetime bir tepki oluşturmasını sağlamalıdır.
- Vatandaşların iletişim hürriyetini genişletmeye çalışarak, alternatif bilgi ve kaynakları sunmalıdır. Aynı zamanda hükümetin keyfi uygulamalarından vatandaşın korunması konusunda etkili olmalıdır. Bu düzlem çerçevesinde medya, çoğulculuğun kurumlaşmasını sağlamalıdır. Sadece medyanın, çoğulcu ve demokratik bir yapıya ulaşması değil, kamunun doğru bilgilendirilmesi ve eğitilmesi için kurumlaşmanın oluşması da gerekmektedir.

Medyanın toplumsal sorumluluk kuramının içeriği şöyle özetlenebilir (Evers, 2009: 51):

- Medya güncel olayları, açıklayıcı ve anlamlı bir bağlamda, doğru ve kapsamlı bir şekilde aktarmalıdır. Medya doğru ve güvenilir haber ermek zorundadır. Nesnellik ulaşılmaması gereken en yüksek amaçtır ve bu bakımdan haber ile yorum birbirinden ayrılmalıdır.
- Medya, görüş ve eleştirilerin ifade edilebileceği bir alan sunmalıdır. Medya yalnızca yayımcı ya da işletmecinin onayladıklarını ve uygun gördüklerini değil, tüm önemli bakış açılarını yansıtmaya çalışmalı ve bunu yaparken yararlandığı bütün haber kaynaklarını net bir biçimde belirtmelidir.
- Medya, toplumu oluşturan kesimleri temsil eden bir resim çizmelidir.
- Medya, kitlelerin hedef ve değerlerini sunma ve bunlara berraklık kazandırma, konusunda sorumlu olmalıdır.
- Medya, toplumun olabildiğince kapsamlı ve çok yönlü haber alabilmesi için günün haberlerine tam erişimi sağlamalıdır.

Görüldüğü üzere, medya etiği, etik ilkeler ve etik kodlarla aynı zamanda, medya mensuplarının kendi mesleklerine ilişkin iç dinamikleri belirleyen standartlar oluşturma ve belirli bir sorumluluk anlayışı geliştirirken, diğer yandan, demokrasi ortamının gelişmesine katkı sağlamaktadır. Medya etiği; bireysel hak ve özgürlüklerin, bu etik kodlar çerçevesinde gözetilmesi, devlet ve iktidar ile olan ilişkilerde eşit mesafenin korunması, küreselleşmenin etkisiyle ticarileşen ve tekelleşen bilginin doğru ve tarafsız bir biçimde kamuya iletilmesi açısından önemlidir.

Kamu yönetimi, yasama, yürütme ve yargıdan nasıl soyutlanamazsa, dördüncü kuvvet olarak nitelendirilen medyadan da soyutlanamamaktadır. İdarenin bu konuda tarafsızlığı, uygun rekabet koşullarını sağlaması önemlidir. Diğer taraftan yeni kamu yönetimi anlayışındaki reformist bakış açısı, bu reformlar gerçekleştirilirken medyanın bir bilgilendirme ve tanıtım aracı olarak kullanılabilmesini göstermektedir. Medyanın denetimi açısından, bir kamu kuruluşunun görevlendirilmiş olması ve bu kurumun idari denetim yapması da bu ilişkinin boyutunun bir kanıtıdır. Medya etiği konusunda,

denetim yapan kuruluşun, bağımsızlığı ve tarafsızlığı önem kazanmaktadır. Fakat bağımsız olan bir kuruluşun, her zaman tarafsız davranacağı tartışılır olmakla birlikte, bağımsızlığın tek başına etik davranış için yeterli olmadığı kabul görmektedir.

İlk bölümün sonunda etik kavramının ne anlama geldiği, meslek etiği ve medya etiği incelenmiştir. Medya etiğinin sosyo-kültürel anlamda, toplumsal olarak öneminin altı çizilmiştir. İdari açıdan medyanın kontrolü, özgürlükler bakımından önemli hassasiyetler içermektedir. Medya etiği ve bu konudaki ulusal, uluslararası ve ulusüstü düzlemde, kurumsal ve yasal anlamdaki düzenlemeler ile birlikte kamu yönetimi ile ilgili olarak; medya gibi özgürlükler bakımından hassas bir alanın, nasıl düzenlenmesi gerektiği, demokratik açıdan kamu yararının sınırının nasıl çizileceğinin iyi belirlenmesi gerekmektedir. Kamu adına Türkiye’de, bu denetimin nasıl yapıldığı, hangi kurumların nasıl düzenlemeler getirdiği, dünyadan ve Türkiye’den örneklerle ikinci bölümde incelenecektir.

2. BÖLÜM: DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE YÖNELİK KAMUSAL DÜZENLEMELER

Dünyada ve Türkiye'deki medya etiğine ilişkin uygulamaların incelendiği bu bölümde, Türkiye'nin daha fazla etkileşim içinde olduğu Amerika ve Avrupa'daki düzenlemeler ele alınmıştır. Çalışmanın bu bölümünde hem etik ilkeler ülke bazında incelenmiş, hem de devletin medya üzerindeki denetim biçimleri ortaya konulmuştur.

2.1. DÜNYADAKİ DÜZENLEMELER

Küreselleşen ve bilginin hızlı bir biçimde yayıldığı bir dünya düzeninde, uluslararası alanda medya ve basın konusunda bir takım düzenlemelere gidilmiştir. Ticari medya devlerinin varlığı, haberin uluslararası alandaki önemi ve gazetecilik adına evrensel bir takım etik kodlar oluşturma çabaları geçmişten günümüze devam eden bir süreçtir. Etik ilkeler, uluslararası, ulusal, yerel veya kurumsal olabilir. Bu etik ilkeler, ülkelerden ülkelere farklılık gösterebildiği gibi, evrensel bir takım ilkelerin olduğu da kabul edilmektedir.

Medya ahlâk kodları veya ilkeleri, genel anlamda, kanunsal düzenlemelerde paralellik gösterebilir veya göstermez, meslekte olanların uymak durumunda olduğu davranış kurallarını ifade etmektedir. Dar anlamda ise, gazetecilik mesleğinin kendi kendisine ürettiği ve uyulması gereken kuraların tamamıdır. Bu etik kodların kaynağı, mesleki gelenekler, mahkeme kararları, basın şeref divanları veya basın konseyleri, meslek örgütleri olduğu gibi; doğrudan doğruya medya kuruluşlarının kendiliklerinden üstlendikleri yükümlülükler olabilir (Günaydın ve İlkiz, 2006: 2).

Etik ilkeler, hem medya kurumları içindekilere hem de dışındakilere hitap etmektedir. Yapılması ve özellikle yapılmaması gereken kuralları içeren faaliyetler olan bu ilkeler, mesleki değerlere hizmet ederler. Medya kurumları farklı türlerdeki etik ilkelere vurgu yapmaktadırlar. Bazı etik ilkeler, medya kurumlarının kendileri tarafından oluşturulurken, bazıları gazeteciler derneği, basın konseyleri ve meslek birlikleri tarafından oluşturulmaktadır.

Bazı ilkeler yerel, bazıları ulusal ve bazıları uluslararasıdır. Bazı ilkeler, gazeteciler tarafından oluşturulurken, bazıları ise kamu görevlileri ile gazetecilerin bir araya gelmeleriyle oluşturulmuştur (Limor, 2006: 155).

Amerika ve Avrupa'daki düzenlemeler ve etik ilkelere baktığımızda uygulamaların temelde aynı amaçla yapıldığı ve etik ilkelerin benzerlik gösterdiğini görmekteyiz.

2.1.1. Amerika'daki Etik İlkeler ve Kamusal Düzenlemeler

Amerikan basını, 1840 ve 1850'ler boyunca, ucuz basının yerleştiği prensipler doğrultusunda ilerlerken, gazeteler siyasetten bağımsız kalmaya gayret göstermişlerdir. Yüzyılın sonuna gelindiğinde ise, gazetecilerin eylemlerinde temel prensiplerinin "gerçekçilik" ilkesine sadık kalmak olduğu genel kabul görürken, onlar için önerilen davranış modeli, bilim insanları gibi doğrudan gözlenebilir olgulara odaklanma gereği olmuştur. Olgulara dayanmak, alabildiğine net bir habercilik, gerçekçi bir tutum ve haberin yorumdan kesinlikle ayrılması gereği, dönemin temel etik ilkelerini oluşturmuştur (İnal, 2009: 29-30).

Medya etiği konusunda dünyadaki ilk düzenleme, 1923 yılında Amerika'da ABD Gazete Editörleri Cemiyeti tarafından belirlenen meslek ilkeleridir. Sonrasında 1929 yılında Pan American basın konferansı ile yeni bir hal almıştır (Örs, 2010: 3449).

Kamu yararı, doğru haber, kişilik hakları, özel hayat, tiraj, ekonomik, siyasi güç gibi kavramlardan hareketle var olan aksaklıkların giderilmesi için hukuk düzeninin kurallarının yanı sıra meslek örgütleri ve etik ilkelere, kınama gibi birtakım mesleki yaptırımlar gündeme gelmektedir (Banar, 2006: 130).

Amerika'da çeşitli meslek kuruluşları ve basın yayın organlarının kendileri bir takım kurumsal etik ilkeler belirlemişlerdir. Bu etik ilkelerin standartlaştırılması mümkün görülmemekle beraber, temelde bahsettikleri şey aynıdır. Kamu yararının yanında objektif ve tarafsız yayıncılık anlayışının kökeni, 1923'te Amerikan Haber Editörleri Derneğinin (ASNE) yayınladığı deklarasyona ve 1926'da Amerika Profesyonel Gazeteciler Derneğinin, Sigma Delta Chi mesleki etik kodlarına dayanmaktadır.

Amerikan Haber Editörleri Derneği'nin etik kodlarına göre objektif haber, her şeyin üstünde bir konumda mesleğin tüm temellerinin dayandığı egemen ilkedir. Profesyonel Gazeteciler Derneği'nin ilkelerinde ise doğruluktan sonra gelmektedir (Taş, 2009: 14). ABD Profesyonel Gazeteciler Derneği Etik İlkelerine EK-1 kısmında yer verilmiştir.

I. ve II. Dünya Savaşları sonrasında, her alanda olduğu üzere medya üzerinde de bir takım düzenlemeler yapma ihtiyacı doğmuştur. Özellikle zaman içerisinde ticarileşen ve büyüyen medya, televizyonun da ortaya çıkmasıyla birlikte devlet tarafından yapılacak yeni düzenlemelere ihtiyaç duymuştur. 1947 ve 1981 arasında İngiltere'deki üç basın komisyonu ve 1947 yılında Amerika'daki Hutchins Komisyonu bu gereksinimden doğmuştur. Komisyon raporunda etik ilkeleri şöyle sıralamıştır: Gün içinde gerçekleşen olayları açıklayıcı ve anlamlı bir bağlamda doğru, kapsamlı ve profesyonel olarak sunmak, yorum ve eleştirilerin mübadelesi için bir forum oluşturmak, toplumun bileşenlerinin temsili bir portresini sunmak, toplumun temel değer ve ereklerini sunmak ve açıklığa kavuşturmak ve günün haberlerine tam erişim sağlamak. Burada kast edilen işlevlerin yerine getirilmesinin çözümü devlet müdahalesi olarak görülmemiştir. Fakat buradaki temel noktaya değinmek gerekirse, basının doğrudan devletin düzenleme alanına konu olması, kamusal meşruiyetini ve dördüncü güç nitelendirmesini sarsacağından, medya alanındaki etik kodlar, basının kendi kendini denetleyebileceği, profesyonelleşme ve tarafsızlığa yapılan vurgu ile, kamuoyunu ikna etme çabası içine girilmiştir. Böylelikle basın üzerine yapılan soruşturmaların geçerli oldu bir ortamda, sorumlu gazetecilik ve profesyonel ilkelere yapılan ortak vurgu ile birlikte, gazetecilik ve basın etiğinin daha yüksek kamusal bir profile oturması söz konusu olacaktır (Taş, 2009: 16).

Meslek kuruluşları tarafından belirlenen mesleki ilkelerin yanı sıra devlet tarafından da bir takım yasal düzenlemeler bulunmaktadır. ABD'nin radyo ve televizyon yayıncılığı ile ilgili denetim faaliyetleri, İletişim Kanunu 1934 (*Communication Act 1934*), Birleşik Devletler Kodları (*United States Code*) ve Federal Düzenleme Kodları (*Code of Federal Regulation / CFR*) gibi düzenlemeleri içermektedir (Koç, 2007: 26).

Televizyon yayıncılığının denetlenmesi konusunda, bir devlet kurumu görevlidir. ABD’de televizyon yayıncılığının denetlenmesi konusunda görev yapan kuruluş Federal İletişim Komisyonu (Federal Communications Commission)’dur. Eyaletler arası televizyon yayınlarını düzenleyen FCC’nin yayıncı kuruluşlara lisans verme, lisanslarını aykırılıklar halinde iptal etme, sözleşme, toplantı yapma ve yayınlar konusunda her türlü önlemi alma yetkisi bulunmaktadır. Komisyonun, sansür uygulama yetkisi ve hakkı yoktur.

FCC’nin temel görevi, uygun bedeller karşılığında ülke halkına hızlı, verimli iletişim hizmetleri sağlamak üzere, ulusal telekomünikasyon ve yayıncılık politikasını belirlemek ve uygulamaktır. Kanunda yer alan şekliyle FCC’nin görev ve yetkileri yayın türüne göre frekans bantlarını firmalara tahsis etmek, lisans vermek, enterferansı önlemek, yasa değişiklikleri hakkında görüş bildirmek, yönetmelikler hazırlamak, yayınların belirlenen kurallara uygun olup olmadığını denetlemek ve şikayetlerin kabulü olarak sıralanmaktadır (Yalçın, 2011: 81).

FCC’nin, asılsız haber ve haber çarpıtmaya ilişkin yasakları vardır. Ayrıca seçim zamanında siyasi yayın yapılmasına ilişkin yasaklar bulunmakta, temelde yaptırım uygulanırken kamu yararının zedelenmesi ilkesi göz önünde bulundurulmaktadır. Yaptırım konuları kanunsuzluğu teşvik edici yayınlar, müstehcen, uygunsuz ve bayağı programlar, sakıncalı programlar olarak değerlendirilmektedir (Koç, 2007: 31).

Yukarıda belirtildiği üzere Amerika’da haber ve medya etiği konusunda öz denetim eyaletler bazında da gerçekleşmektedir. 1973 yılında kurulan Ulusal Haber Konseyi, adil ve doğru bir şekilde haber vermek, basın özgürlüğünün gelişimi için çalışmak, basın özgürlüğü ve basın sorumluluğunun korunması amacıyla kurulmuştur. Ulusal Haber Konseyi, 1984 yılında dağılmıştır. Bu konseyin yerine eyaletler kendi haber konseylerini kurmuşlardır (Akdağ ve Ulusoy, 2009: 209).

Amerika’daki yayın kuruluşları, dünya medya devlerinin sahipliğinde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra ülkede kamu hizmeti yayıncılığı da yapılmaktadır. Özel kurumlar da yayınlarında kamu yararı ilkesine uymak durumundadırlar. Fakat devletin, haber alma

özgürlüğü, kişisel hak ve özgürlüklerin ihlallerine ilişkin anayasasında geniş yer verdiği bir takım temel ilkeler, yayıncılık alanını denetleme gereğini doğurmaktadır. Devlet yalnızca gerekli olan temel düzenlemeleri yapmakta ve buna uygun yayın yapan kuruluşlara lisans vermektedir.

ABD'deki kamu hizmeti yayıncısı kuruluşlar, Avrupa'daki benzerleri gibi devlet televizyonu değildir. Bu yayıncı istasyonlar kendi aralarında PBS (Public Broadcasting Service) isimli bir örgüt etrafında birleşmişlerdir. PBS, kar amacı olmayan özel bir örgüttür. Maliyetinin ancak beşte bir kadarı devlet tarafından karşılanmaktadır ve bu örgüt devlet tekelinde veya kontrolünde değildir. ABD kamuoyu da kamu hizmeti yapan televizyon kurumlarının, devlet tarafından değil, kamu tarafından yönetilmesini istemektedir (Uslu, 2011: 102-103).

Devlet ve kamu ayırımının açık olarak yapıldığı bu düzenlemelerde, devletin tahakkümü ya da belirli bir çizgide yayın yapması yönünde yayıncı kuruluşlara sansür içeren baskıcı uygulamaları yoktur. İlke olarak, kamu yararının gözetilmesi, sorumlu yayıncılığın temeli olarak benimsenmiştir. Siyasal baskılar belli dönemlerde güçlense de, kanunlarla korunma altına alınmış olan ifade hürriyeti ve basın özgürlüğü konularındaki hassasiyet, günümüzde de devam etmektedir.

Amerika'daki düzenlemelerin yanında Avrupa'da da benzer alanda düzenlemelere gidilmiş ve bazı genel geçer ilkeler ortaya çıkmıştır.

2.1.2. Avrupa'daki Etik İlkeler ve Düzenlemeler

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. maddesinde ifade hürriyetinden bahsedilmektedir. Sözleşmenin ilgili maddesinde herkes ifade hakkına sahiptir. Bu hak, kamu makamlarının müsaadesi olmaksızın ve ulusal sınırlara bakılmaksızın, bir görüşe sahip olma, haber ve düşünceleri elde etme ve bunları ulaştırma özgürlüğünü içerir. Haber alma hürriyeti ve ifade özgürlüğü temel hak ve özgürlükler arasında bulunmaktadır (Türk Ceza Hukuku Derneği, t.y.).

Avrupa’da bu özgürlükleri korumak ve medyanın bu alana dair kişi haklarını ihlal eden yayınlar yapmasının önüne geçmek, haber alma ve ifade özgürlüğünü güvence altına almak için sınır aşırı bildirgeler yayınlanmış, alana dair düzenlemeler ve sözleşmeler yapılmıştır.

İlk olarak Avrupa’da, 1954 yılında Bordeaux Bildirgesi, daha sonra 1971’de Münih Bildirgesi yayımlanmıştır. 1993 yılının 19-21 Mart tarihlerinde Uluslararası Gazeteciler Sendikası’nın Brüksel’de düzenlediği bir toplantıda, “Basın Meslek İlkeleri” kabul edilmiştir. Daha sonra bu metin, Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi’nin de kararıyla uygulama metni durumuna getirilmiştir (Örs, 2010: 3449).

Bordeaux Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Gazetecilerin Görevleri Bildirisi (1954) (Alemdar, 1990: 158):

“Bu bildiri, gazetecilerin olayları araştırma, yazma ve yorumlamadaki temel görevlerini belirler.

- 1) Kamunun gerçeği öğrenme hakkına saygı göstermek,
- 2) Haber alma, yorumlama ve eleştirme özgürlüğünü savunmak,
- 3) Sadece kaynağı bilinen haberleri yayımlamak, haberlerin asıl yönünü ortadan kaldırmamak ve belgeleri tahrif etmemek,
- 4) Haber, fotoğraf ve belgeleri elde etmek için doğru olmayan yöntemler kullanmamak,
- 5) Yayımlanmış doğru olmayan bütün haberleri düzeltmek,
- 6) Özel olarak elde edilen haberlerin kaynakları ile ilgili meslek sırrını korumak.
- 7) Aşırma, hakaret, iftira, dedikodu ve asılsız suçlama yapmamak ve herhangi bir haberin yayımlanması ya da yayımlanmaması için çıkar sağlamamak,
- 8) Gazetecilik sıfatına yaraşır her ikisi yukarıda yazılı ilkelere kesinlikle uymayı görev saymalıdır. Gazeteci her ülkenin yasalarına saygı göstererek, mesleki açıdan hükümet ya da herhangi bir müdahale dışında sadece meslektaşlarının yargısını kabul eder.”

Avrupa Topluluğu Gazetecilerin Hakları ve Görevleri Konusundaki Bildiri (1971): (Atatunç, 2006: 136).

“Görevler Bildirisi: Gazetecinin olayları araştırma, yazma ve yorumlamada esas görevleri şunlardır:

- 1) Kendisi için sonuçları ne olursa olsun, gerçeğe saygı göstermek, bu, kamunun gerçeği tanıma hakkı açısından önem taşır,
- 2) Haber, yorum ve eleştiri özgürlüğünü savunmak,
- 3) Sadece kaynağı belli olan haberleri yayımlamak, esas haberleri ortadan kaldırmamak ve metin belgeleri bozmamak,
- 4) Belge, fotoğraf ve haber elde etmek için hileli yöntemler kullanmamak,
- 5) Kişilerin özel yaşamlarına saygı göstermek,
- 6) Doğru olmayan her haberi düzeltmek,
- 7) Meslek sırrını korumak ve gizli olarak elde edilen haberleri kaynağını açığa vurmamak,

- 8) Aslı olmayan suçlamalarda bulunmamak, çalıntı yapmamak ve bir haberin yayımlanması veya ortadan kaldırılması nedeniyle herhangi bir çıkar kabul etmemek,
 9) Gazetecilik mesleğini tanıtıcılık veya propagandacılık mesleği ile asla karıştırmamak ve reklamcıların dolaylı dolaysız hiçbir talimatını kabul etmemek,
 10) Her türlü baskıyı reddetmek ve yalnız yazı isleri sorumlularının düzeltme talimatlarını kabul etmek,
 Gazeteci adına yaraşır her kişi yukarıda sıralanan ilkelere sıkı bir şekilde uymak zorundadır. Gazeteciler her ülkede yürürlükte olan yasaları tanıyarak, mesleki alanda sadece meslektaşlarının yargılamasını kabul eder, hükümet ya da başka bir kurumun karışımını reddeder.”

Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi Etik İlkeleri (1993) (İlkiz ve Günaydın, 2006: 5):

“1993 yılı Basın Konseyi Çalışma Raporu’nda yayımlanan, Avrupa Konseyi Parlamenter Meclisi “Çözüm Tasarıları” başlığı altında belirlenen bazı kurallar şunlardır:

Haberler ve Yorumlar

1- Günümüzde, demokratik yaşamın çok önemli parçaları olan bilgilendirme ve iletişim kavramları konusunda, medyanın, topluma karşı ahlaki sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukları da, kişisel davranışların, demokratik hayatın ve toplum bilincinin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır.

2- Gazetecilik mesleği hak, yükümlülük, özgürlük ve sorumluluk gibi birçok kavramı içinde barındırır.

3- Gazeteciliğin temel ahlaki prensiplerinden biri de, haber ile yorum arasındaki belirgin ayırımın çizilmesi ve bunların karıştırılmasının önlenmesidir. Haber gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmedir. Yorum ise yazanın, yayınlayanın veya medya şirketlerinin düşüncelerini, inançlarını, kişisel yargılarını içerir.

4- Haber yayını, gerçeklere dayandırılmalı ve doğruluğu ispatlanabilir olmalıdır. Haberin sunumunda ve betimlemelerde tarafsız davranılmalıdır. Haber başlıkları ve özetleri mümkün olduğunca doğruları ve eldeki verileri yansıtmalıdır.

5- Yorumlar, genel düşünceler veya günlük olaylar üzerine yapılabilir. Yorum subjektif olduğu için, doğruluğu üzerinde eleştiri yapılamaz. Bunun yerine, bizler yorumların dürüst ve ahlaki olmasını sağlamalıyız.

6- Bazı kişi ve kuruluşlarla ilgili olaylar üzerinde yapılan yorumlar gerçekleri ve verileri çarpıtmamalı ve gizlememelidir.”

Avrupa Konseyi’nin etik alanındaki düzenlemeleri günümüzde de devam etmekte olup, çalışma grupları oluşturulmaktadır. 2001 yılında Avrupa Konseyi Kitle İletişimi Yürütme Komitesince, Medya Hukuku ve İnsan Hakları Uzmanlar Grubu’nun çalışma alanında bulunan bir takım görevleri tamamlamak üzere İfade Özgürlüğü ve Diğer Temel Haklar Uzmanlar Grubu kurulmuştur. Çalışma grubu, medyanın siyasi şahıslar ve kamu görevlileri ile ilgili haber yapması, özel yaşamın gizliliği; medyada siyasi tartışma özgürlüğü, mahremiyet, olağanüstü zamanlarında ifade ve haber alma özgürlüğü, ayrıca terörizm ile mücadele kapsamında ifade ve haber alma özgürlüğü hakkında ilkeler belirlemişler ve adli olayların yansıtılmasına ilişkin düzenlemelerde bulunmuşlardır (Örs, 2010: 3449).

Medya etiği konusunda Avrupa'da değinilmesi gereken başka bir düzenleme de Türkiye'nin 1993 yılında taraf olduğu, Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesidir. Sözleşme uluslararası bir nitelik taşımakta olup, televizyon yayınlarının belirli düzenlemeler ile taraf olan ülkeler arasında serbestçe dolaşımının sağlanmasını amaçlamaktadır. Aynı zamanda Avrupa'da yayıncılık konusunda, ortak bir etik çerçeve belirlenmesini de sağlamaktadır. Özellikle, iletişim teknolojilerindeki gelişmeyle bilginin ve yayınların hızlı dolaşımı söz konusu olmaktadır. Bir ülkede yapılan bir haber veya yansıtılan bir durum diğer ülkeler ile olan ilişkileri etkilemekte, Wikileaks olayındaki gibi, belirli bir enformasyon oluşturabilmekte ve bununla ülkeler arası ilişkileri etkileyebilme gücü doğmaktadır. Yapılan yayınlar ve haberlerin niteliği, bu anlamda önem kazanmakta olup, alana dair ortak ilkelerin belirlenmesi ihtiyacını doğurmuştur. Avrupa Sınır Ötesi Televizyon sözleşmesi, ifade ve fikir hürriyetinin, haberleri, bilgileri ve fikirleri, ülkelerin sınır aşırı bir biçimde alması, araması ve paylaşması hakkının geliştirilmesine yönelik bir amacı vurgulamaktadır.

Sözleşmenin yayıncıların sorumluluklarını düzenleyen kısmında şöyle denilmektedir (Saraç, 2011: 66-67):

- “1) Program hizmetlerinin sunuş ve içerik bakımından bütün unsurları, insan onuruna ve temel insan haklarına saygılı olacak ve özellikle edebe aykırı olmayacak ve pornografi içermeyecek, şiddet eğilimini körüklemeyecek veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmayacak,
- 2) Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimini zedeleyebilecek türden program hizmetleri, bunların seyredileceği zaman ve saatlerde yayınlanmayacak,
- 3) Yayıncı, haberlerde gerçekler ve olayların doğru olarak sunulmasını sağlayacak ve özgürce kanaat oluşumunu teşvik edecektir.”

Görüldüğü üzere, sözleşmede temel olarak insan hakları korunmaktadır.

Avrupa'daki düzenlemelerin yanı sıra dünyada evrensel boyutta medya etiğine yönelik düzenlemeler mevcuttur. Bunlar, Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Evrensel Bildirisi, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Bildirisi, Uluslararası Basın Enstitüsünün İlkeleri, Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Hakkındaki Sözleşme, UNESCO- Uluslar arası

Gazeteciler Örgütü Bildirisidir. Bunun dışında kurumların ve ülkelerin kendi bünyelerinde belirledikleri pek çok etik ilke ve unsur bulunmaktadır.

Son olarak, evrensel düzenlemelerle ilgili UNESCO bünyesinde yapılan ve Mc Bride Raporu (1978) adıyla bilinen çalışma, bir yönüyle etik konusundaki tartışmaları evrensel boyutta gündeme getirmiştir.

Seksenli yıllarda UNESCO bünyesinde yapılan ve Mc Bride Raporu adıyla bilinen çalışmayla yayınlanan uluslararası bilgi ve enformasyon akışı dengesizliği varlığını günümüzde de sürdürmekte; gelişmekte olan uluslar kendileri dışındaki dünya olaylarını gelişmiş ülkelerde konuşlanan birkaç büyük haber ajansından öğrenebilmektedirler (Ünlüer, 2006: 9).

Medya, haber ajanslarının tekelleşmesi ve büyümesiyle birlikte, dünyanın tek bir kanaldan haber almasının doğurduğu sonuçlara dikkat çekilen raporda, kapitalizmin küçük toplumları etkileyerek dönüştürmesinin bir aracı olarak tanımlanmıştır. Çok sesli bir dünyanın varlığının tehlike altına girmesi ve hakim kültürün kendi ürününü bu yolla pazarlayabilmesi tartışması, aslında etik anlamda da tartışılabilir bir konu oluşturmaktadır. Ticarileşmenin yaygın olduğu ve herkesin aynı kanaldan haber aldığı, çok sesliliğin var olmadığı bir ortamda manipülasyonun gerçekleşmesinin yanı sıra, haberin ya da aktarılan bilginin neye hizmet ettiği de etik açıdan sorgulanabilir olmayacaktır.

Avrupa’da etik alanındaki genel görünümünden bahsettikten sonra İngiltere ve Fransa’da etik ilkeler ve kamunun etik alanına dair getirdiği düzenlemeler ülke bazında değerlendirilmesinde fayda vardır.

2.1.2.1. İngiltere

İngiltere, Amerika’dan farklı olarak kamu hizmeti yayıncılığı konusunda, dünyada başı çeken ülkeler arasında gelmektedir. BBC’nin varlığıyla kamuya yönelik yayıncılık konusunda köklü bir geçmişe sahip olan, İngiltere yazılı olmayan etik ilkeler konusunda

da oldukça hassas bir politika uygulamaktadır. Dünyada da saygın bir basın kuruluşu olarak bilinen ve etki alanının bu anlamda geniş bir çerçevede olduğu düşünülen, BBC'nin etik konusunda belirlediği oldukça kapsamlı, ayrıntılı bir rehber bulunmaktadır.

İngiliz yayın kuruluşu BBC'nin etik açıdan belirlediği alanları ve ilkeleri en genel başlıklar itibariyle şöyledir: (BBC, t.y.).

1. Doğruluk
2. Tarafsızlık
3. Zarar verme ve Suç
4. Hakkaniyet, katkıda bulunanlar ve rızaları
5. Mahremiyet
6. Suçun bildirilmesi ve anti-sosyal davranış
7. Çocuklar ve gençler
8. Siyaset, kamu politikası ve seçim zamanı
9. Savaş, terör ve olağanüstü durumlar
10. Din
11. Arşiv kullanımı
12. Editoryal bütünlük ve bağımsızlık
13. Çıkar çatışması
14. Dış ilişkiler ve kaynak sağlama
15. Seyircilerle etkileşim
16. Kanun
17. Hesap verebilirlik.

İngiltere'de medya etiği konusunda uygulanan model Amerika'dan farklı olmak üzere basın konseyi modelidir. İngiltere'de medyada etik denetim yapmak üzere, Birleşik Krallık Basın Konseyi (1953), şimdiki adıyla Basın Şikayetleri Komisyonu (*Press Complaints Commission*, PCC) (1991), kurulmuştur.

Basın konseyleri, bir yandan meslek standartlarının yükseltilmesi için çaba gösterirken, diğer yandan basın özgürlüğünün korunmasını ve geliştirilmesini sağlamaya çalışırlar. Bazı basın konseyleri - Almanya, İngiltere- basının yapısal gelişimini, özellikle tekelleşme eğilimini izlemek ve kamuya açıklamakla görevlidirler; bu görev basın özgürlüğünü koruma çabalarının bir parçasıdır (Uzun 2007: 46).

PCC, 1991'de tüm gazete ve dergilerin onayladığı yeni bir Basın Meslek Ahlakı Kodu'nu uygulamak için kurulmuştur. Bu kod, bilginin doğruluğu, mahremiyet, çocuklar ve ayrımcılık gibi alanları kapsamaktadır. Öğrenciler, hastalar, cinsel saldırı kurbanları ve mahkumların suçsuz yakınları gibi hassas durumdaki insanları korumayı amaçlamaktadır (Hürriyet Gazetesi, 1998).

PCC, kendi etik bilim kurulunca hazırlanan İngiliz Gazetecilik Etik Kodu'nu, 1 Ağustos 2007 tarihinde son değişikliği ile kaleme alarak, uygulamaya konulmuştur. Toplam 16 maddeden oluşan bu kodun temel özelliği, ayrıntılı düzenleme dizelerinden ve etik dışı olarak nitelendirilebilecek davranış ve tutumlardan bahsetmek yerine, temel ilkeleri tanımlamış olmasıdır (Yami, 2009: 56-57).

Basın editörlerine yönelik bu kodlar başlıklar halinde şöyledir (Press Complaints Commission, t.y.):

1. Doğruluk
2. Cevap Hakkı
3. Mahremiyet
4. Gazetecilerin taciz, korkutma ve tehdit yapmaması,
5. Duygusal travma, acı, üzüntü ve şok hallerinde duyarlı davranılması,
6. Yayınlarda çocuklara yönelik düzenlemeler,
7. Çocuklara karşı tecavüz ve cinsel istismar içeren konular,
8. Hastaneler,
9. Suça dair haberler verilirken dikkat edilmesi gereken konular,
10. Gizli kamera ve benzeri cihazlar,
11. Cinsel açıdan istismar edilen kurbanın kimliğinin açıklanmaması,

12. Ayrımcılık yasağı,
13. Finansal Gazetecilik,
14. Kaynak gizliliği,
15. Suç yargılamasında tanık ödemeleri,
16. Suçlulara yapılan ödemeler.

Avrupa’da ve özellikle İngiltere’de 1980’lere kadar birkaç özel televizyonun yayın yapmasına müsaade edilirken, bu yayınlar devletin sıkı denetimi altında yapılmaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığı kavramı özellikle bu dönemde ortaya çıkmıştır. Kamusal amaçlara yönelik ve bu anlamda sorumlu, milli ve manevi değerlere önem veren, bunlara vurgu yapan, eğitim ve kültürel içeriğin ön planda olduğu ve henüz ticarileşmemiş bir yapı göze çarpmaktadır. Amerika’dakinin aksine Avrupa’da yayıncılık alanında liberal dönemden önce bir devlet tekelinin varlığı bulunmaktadır.

İngiltere’de 1955 yılında BBC’nin yanı sıra ilk özel televizyon kanalı olan ITV (*Independent Television*)’nin kurulmasıyla ilk düzenleyici otoritede ortaya çıkmıştır: IBA (*Independent Broadcasting Authority*). 12 üyesi olan IBA’nın görevi yerel radyo kanalları ile özel televizyonun uymak zorunda olduğu kuralları belirlemek ve denetlemek olarak tanımlanmıştır. Bu faaliyet, 1990 yılında çıkartılan Yayıncılık Yasası ile gerçekleştirilmiştir. Buna göre IBA ve Kablo Otoritesi kaldırılmış ve yerlerine ITC (*Independent Television Commission*) kurulmuştur. Yeni yasa “ITC’ye, belirtilen koşullara uymaması durumunda, yayıncı kuruluşa yaptırım uygulaması vermiştir. (Yıldız, 2003: 23).

Son zamanlarda İngiltere’de patlak veren tele-kulak skandalı basının etik denetimini tartışılır hale getirmiştir. 2013 yılının Mart ayında, medya etiğine dair bazı kuralların, yasalaştırılması gündeme gelmiş, bu girişim basın çevrelerinde basın hürriyetine müdahale olarak algılanmıştır.

“İngiltere, basın ve yayın kurumlarında çok seslilik ve kamu yayıncılığı konusunda dünyanın örnek aldığı bir ülkedir. Ancak son yıllarda tanık olunan skandallar, yüzlerce yıllık özgür ve güçlü medya geleneğinin fiili olarak son bulmasına yol açtı. 18 Mart’ta ülkenin üç önde gelen siyasi partisinin vardığı uzlaşma, basında öz denetim ilkesini kaldırıp, yerine Kraliyet Tüzüğüyle oluşturulacak bir denetleyici kurumu koyarak, İngiltere demokrasisinin önemli bir köşe taşını yerinden oynattı.” (Robinson, 2013).

İngiltere’de basın hürriyeti ve etik ilkeler arasındaki ikilem, ülkede basın özgürlüğü ve bireysel hak ihlalleri çerçevesinde getirilen yeni düzenleme önümüzdeki günlerde de tartışılacak bir konu olarak önemini korumaktadır.

2.1.2.2. Fransa

Basın meslek ilkelerinin başlangıcı Avrupa’da, 17. yy.’da 1631’de Fransa’da çıkan La Gazete kabul edilmektedir. Bu gazete, meslek ilkeleri kavramını getiren ve yolunu açan ilk gazete olarak kabul edilmektedir (Gürel, 2008: 13).

Fransa’da medyanın etik ilkeleriyle ilgili kabul edilen ilk yasal düzenleme Gazetecinin Meslek Görevleri (The Professional Duties of French Journalists- 1918)’dir. Bildirinin içeriği şöyledir:

“Adına layık olan bir gazeteci:
Yazdığı her şeye dair sorumluluk kabul eder.
İftira, asılsız suçlamalar, belgede sahtecilik, gerçekleri çarpıtmak ve yalan söylemek görevi en ciddi biçimde kötüye kullanmaktır.
Meslek onuru ile ilgili konularda, meslektaşlarının yargı yetkisini tanır,
Ancak meslek onuru ile ilgili olan görevleri kabul eder,
Bilgi elde etmek veya herhangi birinin güvenini kazanmak için dürüst olmayan yollara başvurmayı reddeder,
Unvanını kullanarak kamudan veya özel teşebbüslerden para kabul etmez,
Ticari veya mail reklam içeren makalelere imza atmaz,
İntihal yapmaz,
Meslektaşının görev yaptığı pozisyonu talep etmez, kovulmasına veya daha alt bir pozisyonda görev yapmasına sebep olmaz,
Mesleki gizliliğe saygı duyar,
Kar amaçlı durumlarda basın özgürlüğünü kullanmaz,
Edindiği bilgiyi yaymak amacıyla özgürlük talep eder,
Adalet ve adaletin tesisine yüksek derecede saygı duyar,
Rolünü bir polis memuruyla karıştırmaz.” (National Syndicate of French Journalists, 1918).

Fransa’da TF 1 özel televizyon kanalında görevli, iki yüz medya çalışanı, meslektaşları için Dürüst Davranış Kuralları’nı 1994’te yayınlamışlardır. Bu belirlenen ilkelerle etik kurallara uygun olmayan yayın yapılmayacağı kararlaştırılmıştır (Genç, 1998: 363).

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (The International Federation of Journalists-1926, Paris), gazetecilik ve medya konusunda dünyanın en geniş sivil toplum örgütüdür. IFJ,

Etik Gazetecilik Girişimi adı altında, 2008 yılında uluslararası bir girişim başlatmıştır. Etik Gazetecilik girişimi, var olan standartları savunmayı, gazetecilikte kalitenin öneminin farkındalığını artırmayı ve medya sektöründe etik davranış kodlarını geliştirerek yaygınlaştırmayı amaçlamıştır (Yami, 2009: 59).

1980'lere kadar devlet tekelinde bulunan televizyon yayıncılığı alanında, televizyonun yaygınlaşması ve özel televizyonların kurulmasıyla birlikte, gazetecilikte uygulanan bu ilkelere televizyon yayıncılığında da ihtiyaç duyulmuştur. 1981 yılında önce bir komisyon kurularak, iletişim hürriyetinin ve haber alma özgürlüğünün sağlanması için, kamusal ve özel yayıncı kuruluşların desteği ile genel bir kanuni düzenlemeye gidilmesi kararlaştırılmıştır. Buradaki temel amaç, basın özgürlüğünü tesis etmek ve kamu ve özel yayıncı kuruluşları, siyasi baskılardan arındırarak daha özgürlükçü bir ortam oluşturmaktır. Bu sebeple bir 1982 yılında kabul edilen kanunla, Fransa'da, Görsel İşitsel-İletişim Yüksek Kurulu oluşturulmuştur.

Kurulun varlığı fazla uzun sürmemiş, 1986 yılında bu kurulun yerini *İletişim ve Özgürlükler Ulusal Komisyonu* (CNCL) almış ve yeni kurul öncekinden farklı bir biçimde oluşturularak daha yetkili kılınmıştır. Gelgelim Fransa'nın siyasal kültürü, düzenleyici kurullar konusunda uzun dönemli bir istikrarı 1980'li yıllarda sağlayamamıştır. Çünkü CNCL'nin hemen ardından HACA (*Haute Autorite de la Communication Audiovisuelle*) kurulmuş, ancak 1988 seçimlerinden hemen sonra daha fazla sorumluluk yüklenen yeni bir kurul oluşturulmuştur. Kısa adı CSA olan *Görsel-İşitsel Yüksek Konseyi* günümüzde de Fransa'da yayıncılık alanını düzenleyici bir üst kurul olarak görevini sürdürmektedir (Yıldız, 2003: 23).

CSA, yürüttüğü faaliyetlerde düşünce eşitliğini ve çoğulcu demokrasinin gereklerine saygıyı öncelikleri haline getirmiştir. Kurulmasıyla birlikte uluslararası alanda Fransa'nın pozisyonuna ilişkin danışmanlık yapma görevini yürüten CSA, aynı zamanda frekansların tahsisi ve yönetimi ile reklam yayınlarını denetlemekle görevlendirilmiştir. Fransa'nın Avrupa Birliği'ne üye devletlerden biri olmasının da gerektirdiği şekilde değişen koşullara uyum sağlanması amacıyla yayın ilkeleri ve yükümlülükler yıllık olarak incelemeye tabi tutulmaktadır. CSA'nın kamuya ait radyo

ve televizyon kuruluşlarının genel müdürlerini atama, özel şirketlerin kullanacağı frekansları belirleme ve yönetme, kablolu televizyon şebekelerine izin verme, yayın içeriklerine ilişkin kuralları belirleme, yasal düzenlemeleri gerçekleştirme ve kurallara uymayanlara yaptırım uygulama gibi yetkileri bulunmaktadır. (Karadağ, 2012: 86-87).

30 Kasım 1986'daki yasa nezdinde, CSA'nın iletişim özgürlüğünü tesis etmek, fikir çoğulculuğu sağlamak, radyo ve televizyonlardaki seçim kampanyalarını düzenlemek, haberlerin incelenmesi, operatörlere frekans tahsisi, insan onurunun ve tüketicilerin korunması, Fransız kültürünün ve dilinin korunması ve tanıtılması, görme ve işitme engelliler gibi dezavantajlı kitlelere yönelik yayınlar yapılması, kamu sağlığını iyileştirmeye yönelik kamu politikasını destekleyen içerikler sağlanması, çocuk ve gençlerin korunması ve buna benzer amaçları bulunmaktadır. (Conseil supérieur de l'audiovisuel , t.y.).

2.2. TÜRKİYE'DEKİ DÜZENLEMELER

Basın özgürlüğü konusunda devletin müdahalesini minimuma indirmek ve daha özgür ve ilkeli bir medya ortamı oluşturma isteği, basının kendi içindeki kurumlarla kendini denetleyebildiği bir mekanizmanın varlığıyla, gerçekçi bir boyuta ulaşacaktır. Basının kendi kurumlarıyla kendi içinde bir denetim yapmasına özdenetim adı verilmektedir. Özdenetimdeki amaç, mesleğe olan saygınlığı arttırmak, doğru ve güvenilir haber verme, yorumları inanılır kılmak ve hedef kitlenin güvenini sarsmamaktır (Yapar,1997: 25).

Bütün dünya ülkelerinde oldu gibi, Türkiye'de de özdenetim faaliyeti anlamında zaman içerisinde bir çok düzenleme yapılmış, kimi uygulamalar yeni baştan düzenlenirken, kimilerinde ise gelenek takip edilmiştir.

2.2.1. Türkiye'de Yayıncılık Alanındaki Etik İlkeler

Dünyada 20. y.y.'ın sonlarına doğru, hemen hemen her ülkede basının kendi içinde bir takım meslek ilkeleri belirlediği, kurumlar, konseyler oluşturulmuş ve ortak alınan kararlar yayınlanmıştır. Türkiye'de de buna benzer gelişmeler yaşanmıştır.

Türkiye’de medya etiği konusundaki gelişmenin başlangıcı, 1960 yılında Basın Ahlak Yasası ve Basın Şeref Divanı sayılmaktadır. Fakat basın üzerindeki devlet eliyle yapılan düzenlemeler Osmanlı’ya matbaanın gelişinden itibaren söz konusu olmuştur.

Osmanlı Devleti, devlet anlayışına uygun olarak ve aynı zamanda çok uluslu yapısından kaynaklanan zorluklar dolayısıyla gücünün ve otoritesinin gerek yerli gerek yabancı basın marifetiyle içte ve dışta tehlikeye düşürülmesinin önüne geçmek için basın alanındaki düzenlemelerini esas olarak sınırlandırma şeklinde gerçekleştirdi. (Özkorkut, 2002: 71).

Tanzimat döneminde, 1831 yılında yayınlanan Osmanlı’nın ilk resmi gazetesi Takvimi Vakai’nin yanında Ceride-i Havadis gazetesi de çıkarılmaya başlanmıştı. Fakat bunların yanında farklı dillerde yayın yapan başka organlar da bulunmaktaydı. Gazetelere yönelik ilk düzenleme, Fransa’dan alınan ceza kanununun 138. ve 139. maddelerinin uygulanmasıydı. Bu maddeler özet olarak devlet aleyhine yayın yapmayı yasaklıyordu. (Özkorkut, 2002: 72). II. Abdulhamit döneminde de, basına yönelik ciddi bir takip ve baskı altına almaya yönelik faaliyetler sürmekteydi. Hatta, İttihat ve Terakki Fırkası döneminde gazetecilerin siyasi nedenlerden dolayı öldürülmeleri söz konusu olmuştu (Özgen, 2005: 14).

Baskı altında alınmaya ve yasaklarla sınırlandırılmaya çalışılmışsa da, Osmanlı basınının, mutlakıyetçi devlet yapısının arzu ettiği güdümlü kamuoyu oluşturmaya yönelik bir basın tipinden uzak olduğunu ve böyle bir devlet biçimi lehine değil, parlamentolu ve anayasalı bir yönetim anlayışından yana özgür bir kamuoyu oluşturma görevini yerine getirmek için çaba sarf ettiğini söylemek gereklidir (Özkorkut, 2002: 79).

Basının ilk örgütlenme girişimleri II. Meşrutiyet dönemine dayanmaktadır. 1917’de Alman Basın Derneği’nin daveti üzerine Osmanlı Matbuat Cemiyeti kurulmuş, cemiyet savaş yıllarında da çalışmalarını sürdürmüştür. Cemiyetin ismi, 1920’de Türk Matbuat Cemiyeti, 1930’da İstanbul Matbuat Cemiyeti, 1935’te ise Basın Kurumu olarak değiştirilmiştir (Yapar, 1997: 30).

Türkiye'nin ilk basın kanunu 1931 Basın Kanunu'dur. Bu kanunda bakanlar kuruluna geniş yetkiler tanınmaktadır ve bu yetkiler basının denetlenmesine yöneliktir. Kanunun yayınlanmasından dört yıl sonra, 1935 yılında I. Basın Kongresi toplanmıştır. Kongrede, bir basın birliğinin kurulması kararlaştırılmıştır. Basın kongresinde gazetecilerin kendi meslek alanlarıyla ilgili kültürel konular konuşulmuş ve gazetecilik tartışılmıştır.

Basın Birliği 1938, yılında kurulmuştur fakat birliğin bu tarihte kurulmasının sebeplerinden birisi de 1931 tarihli yasada, 1938'de yapılan, bir takım basın özgürlüğünü sınırlandıran değişikliklerdir. Fakat birliğin kendisinin özgürlükler açısından eleştirilebilecek bir yönü bulunmaktadır. Birliğin başında siyasi kimliği olan bir başkanın bulunması ve birliğin parti tarafından kontrol edilmesi ayrıca, meslekten ihraç edilmeye kadar varan güçlü yasal yaptırımlar birliğin eleştiriye açık olan yönleridir. Birlik faaliyetlerini 1946 yılına kadar devam ettirmiş, 1946'da dağıtılmıştır (Özgen, 2005: 17-18).

II. Dünya Savaşından sonra Türkiye'de zorunlu bir meslek örgütü kurulmamış daha çok sendikalar, dernekler şeklinde bir örgütlenmeye gidilmiştir. II. Dünya Savaşından sonra batılı ülkelerde esen özgürlükçü hava Türkiye'de de hissedilmiş, basın özgürlüğü konusuna daha fazla önem verilmiştir. Yasal olarak ortadan kaldırılan Basın Birliği'nin yerine, bazı gazeteciler kendi meslek örgütlerini oluşturmak için girişimde bulunmuşlardır. Öte yandan, gazetecilerin de isteği, bu şekilde bir meslek örgütünün kurulması yönündedir. Sedat Simavi öncülüğüne toplanan gazeteci grubu bir tüzük hazırlamış ve 10 Haziran 1946'da İstanbul Valiliği'ne verilen dilekçeyle, Gazeteciler Cemiyeti resmen kurulmuştur (Özgen, 2005: 19). Aynı zamanda, 1946 yılında, 4932 sayılı Basın Kanunu yürürlüğe girmiştir. Gazeteciler Cemiyeti sadece bir meslek örgütü olmaktan çok, aynı zamanda gazetecilerin sosyal hak ve özgürlüklerini koruyan, özlük hakları konusunda da çalışmalar yapan bir cemiyet olmuştur.

2.2.2. Basın Ahlak Yasası Ve Basın Şeref Divanı

1960 Anayasası'nın hak ve özgürlüklere yönelik düzenlemeleriyle birlikte, özgürlükçü bir ortamın savunulmasıyla basın alanında da, baskıcı bir dönemden sonra yaşanan daha özgür bir ortam isteği baş göstermiştir. 14 Şubat 1952'de Uluslararası Basın Enstitüsü'nün ilkeleri kabul edildikten sonra, yeni bir oluşumun düzenlenmesi ihtiyacı doğmuştur.

24 Temmuz 1960 tarihinde, Türkiye'deki basın kuruluşları ve basın örgütlerinin temsilcileri Gazeteciler Cemiyeti'nde (şimdiki adı Türkiye Gazeteciler Cemiyetinde) toplanarak, Türk basınının kendi kendini denetlemesi için hazırlanan basın kuruluşları, gazete ve gazetecilerin uymakla yükümlü oldukları, Basın Ahlak yasası başlıklı bir tür centilmenlik anlaşması imzalamışlardır (Genç, 1998: 362).

Basın Ahlak Yasası içindeki ilkeler 10 maddeden oluşmaktadır. Bu ilkeler basın mensuplarının gönüllü olarak uymayı taahhüt ettikleri ilk mesleki etik ilkelerdir (Özgen, 2005: 20).

İlkelerin içeriğine bakıldığında bazı maddenin belli yasaklar getirdiği, bazılarının ise gazetecilere belli görevler yüklediği görülmektedir.

Meslekle ilgili yasak getiren maddeler şöyledir (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, t.y.):

1. Mesleği ahlâka aykırı, özel amaç ve yararlar alet etmek ve kamu yararına zarar verici bir şekilde kullanmak,
2. Müstehcen yayında bulunmak,
3. Galiz kelimeler kullanmak,
4. Şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapmak,
5. Kamu yararını ilgilendirmeyen hallerde kişilerin özel hayatlarını küçük düşürücü şekilde teşhir etmek,
6. İftira ve isnatta bulunmak,
7. Dini istismar etmek,
8. Gerçeklerden maksatlı olarak ayrılmak,

9. Kişisel kanaat ve görüşlere haberlerin metinlerinde yer vermek,
10. Kamu yararı mutlak durum göstermediği hallerde gizli kaydıyla verilen bilgileri yayınlamak,
11. Haber başlıklarında haberin ihtiva ettiği hususları tahrif etmek.

Gazetecilere yüklenen görevler ise şöyledir:

1. Doğruluğu şüphe uyandıran ve tahkiki gazetecilik imkânları içinde bulunan haberleri yayınlamadan önce araştırmak,
2. Haber kaynaklarının gizliliğini korumak ve kendisine verilen sırlara saygı göstermek,
3. Ambargolara, yani yayın günleri belirlenmişse yayın sürelerine uymak,
4. İlân niteliğindeki yayınların ilân olduklarını tereddüte yer vermeyecek şekilde belirtmek,
5. Verilen yanlış bilgilerden dolayı yollanan haklı cevap ve tekzipleri en kısa zamanda ve yanlış verilmiş bilginin tesirini giderecek şekilde yayınlamak.

Basın Ahlak yasasındaki ilkeleri uygulamak için on üyeden oluşan, Basın Şeref Divanı oluşturulmuştur. Basın Şeref Divanı, belirtilen ilkelere uymayan meslek mensuplarını, kamuoyuna açıklama yetkisine sahiptir fakat belli bir yaptırım uygulama yetkisi yoktur. Bu da uygulama aşamasında bir takım zorluklarla karşılaşılmasına sebep olmuştur. Basın Ahlak Yasası'ndaki ilkelerin çiğnenmesi durumunda kamuoyuna teşhirden başka uygulanacak yaptırımın bulunmaması beklenen sonuçların alınmasının önüne geçmiştir (Genç, 1998: 362).

Temelinde gönüllülük esasına dayalı bir birliğin bu anlamda yaptırım gücü kullanmasını gerçekleştirebilmek için, kurallara uymayan kişi ve kuruluşların ilan gelirlerinin kesilmesine yönelik bir girişim olduysa da, bu kurumların birlikten çekilmelerine sebep olmuştur. Daha önce bu şekilde bir cezai yaptırımla karşılaşmamış olan kuruluşlar, Basın Şeref Divanı'na başlangıçta vermiş oldukları bazı taahhütnameleri geri çekmeye ve Divan'dan ayrılmaya ve bu arada Divan aleyhine bazı hukuk davaları açmaya başlamışlardır (Özgen, 2005: 20).

Yalnızca yedi yıl görev yapan Basın Şeref Divanı 1967 yılında dağılmıştır.

2.2.3. Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri

Basın Şeref Divanı'nın sona ermesinden sonra, gazeteciler, akademisyenler kendi aralarında değerlendirmeler yapmış ve bu konudaki eleştirileri göz önüne alarak konunun yasal mı yoksa gönüllülük esasına dayalı bir denetime mi ihtiyaç olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. 1975 yılında İstanbul'da 2. Türk Basın Kongresi toplanmış ve etiğe dair konular tartışılmıştır. 1980 darbesinden sonra Türkiye'nin siyasi iklimi, daha liberal ve özgürlükçü politikalar oluşturmaya yönelik bir ivme kazanırken, basında da şirketleşme eğilimi bulunmaktadır. 6 Şubat 1988'de medyanın kendi özdenetimini gerçekleştirme isteğinin bir sonucu olarak, bağımsız bir niteliği olması bakımından tüzüğü bulunmayan ve resmi değil gönüllülük esasına dayalı Basın Konseyi kurulmuştur. Konseye katılmak yine gönüllülük esasına dayandırılmıştır ve daha prestije yönelik uyarı, kınama gibi cezalar ön görülmüştür.

Konsey'in, 16 maddeden oluşan Basın Meslek İlkeleri şöyledir (Türkiye Basın Konseyi, t.y.):

- “1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, yaşı, sağlığı, bedensel özü, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.
2. Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.
4. Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.
5. Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.
9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse “suçlu” ilan edilemez.
10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.
13. Şiddet ve zorbalığı özendirici, insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.
16. Basın organları yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.”

Basın Konseyi, Basın Şeref Divanı'na yöneltilen aynı eleştirilere maruz kalmıştır. İletişim ve basın özgürlüğü çerçevesinde basının diğer mesleklerden ayrılan bir yanı olduğu ve düzenlemelerin bunu gözetmesinin gerekliliği gündeme gelmiştir. Atatürk'ün “Basın özgürlüğünden doğan sakıncaları önlemenin tek yolu yine basın özgürlüdür”

özdeyişinden hareketle, meslek odası formülünün özgürlükleri kısıtlama anlamına geleceği ileri sürülmüştür. (Koloğlu, 1999: 80).

İlerleyen tarihlerde Basın Meslek İlkeleri'nin daha kapsamlı bir şekilde yeniden yayınlanması ve daha demokratik, katılımcı ve esnek bir ilkeler bütünü belirleme ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

2.2.4. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Gazetecinin Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi

1946 Yılında kurulan Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 1998 yılında gazetecilik mesleğine dair temel etik kuralları belirlemek amacıyla “Gazetecinin Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi”ni yayınlamıştır. Bildirgede gazetecilik mesleğine dair hak ve sorumluluklara yer verilirken, doğru davranış kuralları adı altında bir takım etik ilkelere de yer verilmiştir. Bildirgenin tam metni EK-2’de sunulmuştur.

2.2.5. Türkiye’de Yayıncılık Etik İlkeleri

RTÜK’ün önderliğinde, çeşitli üniversitelerin ve akademisyenlerin de 25 Mayıs 2007’de katıldığı bir toplantının sonucunda, Türkiye’de yayıncılığın kalitesini arttırmak ve etik ilkeleri belirlemek amacıyla bir taslak hazırlanmıştır. 25 Haziran 2007 yılında Televizyon Yayıncıları Derneği ile ortak bir çalışma yapılmış ve belirli etik ilkeler üzerinde bir konsensüs sağlanmıştır. Bu metin 3 Temmuz 2007 tarihinde düzenlenen törenle imzalanmıştır. Üzerinde geniş bir uzlaşa sağlanan Türkiye’de yayıncılık alanındaki etik ilkeler şöyledir (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, t.y.):

“Yayıncılık Etik İlkeleri

1. İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak,
2. İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları tarafsız ve eksiksiz yayınlamak,
3. Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak,
4. Çok sesliliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek,
5. Yayınlarımızda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve ön yargılara yer vermemek,
6. Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak,
7. Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağduyulu davranmak,
8. Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek,

9. Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesnelleştirmekten kaçınmak,
10. Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek,
11. İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek.”

2.3. RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Türkiye’de radyo ve televizyon yayınlarını denetlemekle görevli olan kuruluştur. Dayanak noktasını hem yasadan, hem de etik ilkelere alan bu kuruluş hakkında izleyen bölümde bilgi verilmektedir.

2.3.1. Kuruluşu ve Yapısı

Türkiye’de özel televizyonların faaliyete geçmesiyle, 1993 yılında yapılan Anayasa değişikliğiyle birlikte yayıncılık alanındaki devlet tekeli de sona ermiştir. Özel televizyonların yayınlarına başlamasıyla birlikte bu alanda düzenlemeler yapılması ihtiyacı doğmuştur.

Görsel-işitsel medyanın kitleler üzerindeki etkisinin oldukça kuvvetli olması sebebiyle, bu alanda faaliyet gösteren kuruluşların denetlenmesine ve düzenlenmesine ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle 20 Nisan 1994 tarihinde, 3984 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayınları Hakkında Kanun” ile Radyo Ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur (Yılmaz, 2011: 130).

RTÜK anayasal, bağımsız bir idari otoritedir ve Anayasa’nın 133. maddesiyle temel esasları düzenlenmiştir.

“Madde 133 - (Değişik: 8/7/1993 - 3913/1 md.)

Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.

(Ek fıkra: 21/6/2005-5370/1 md.) Radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemek amacıyla kurulan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu dokuz üyeden oluşur. Üyeler, siyasi parti gruplarının üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı olarak gösterecekleri adaylar arasından, her siyasi parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun kuruluşu, görev ve yetkileri, üyelerinin nitelikleri, seçim usulleri ve görev süreleri kanunla düzenlenir. Devletçe kamu tüzelkişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumu ile kamu tüzelkişilerinden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır” (TC Anayasası, 1982).

RTÜK, radyo televizyon faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemekle görevli anayasal ve özerk bir kuruluştur. Üst Kurul, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce seçilen dokuz üyeden oluşur. Üst Kurul üyelerinin görev süresi altı yıldır. Üyelerin üçte biri iki yılda bir yenilenir. Üst kurul üyeleri kendi aralarından bir başkan ve bir başkan vekili seçer. Başkanlık süresi iki yıldır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, t.y.).

RTÜK organik ve işlevsel olarak özerk ve bağımsız bir idari kuruluş olarak tanımlanmaktadır. Mülga 3984 sayılı yasanın 5. maddesinde "...özerk ve tarafsız bir kamu tüzelkişiliği niteliğinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur" denilmek suretiyle, Kurul'un özerklik ve tarafsızlığı öne çıkarılarak vurgulanmıştır. Özerkliğin RTÜK'e sağladığı en büyük güvence, organik ve işlevsel bağımsızlığıdır. Yani kendisini seçen parlamento dahil hiçbir kurum ya da kuruluşun etkilemesine açık olmamasıdır." (Yıldız, 2003: 45).

6112 Sayılı Radyo Ve Televizyonların Kuruluş Ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun TBMM'de kabul edilerek, 03.03.2011 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Radyo Televizyon yayıncılığını yeniden düzenleyen ve RTÜK'ün yapısında bazı değişiklikler öngören 6112 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi ile 3984 sayılı Kanun da yürürlükten kalkmıştır. 6112 sayılı yasa ile RTÜK'ün yapısında birçok değişiklik yapılmışken üyelerin seçimine ilişkin herhangi bir değişikliğe gidilmemiştir (Yalçın, 2012: 64).

İlgili düzenleme şu şekildedir :

"Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

MADDE 35- (1) Üst Kurulu, en az dört yıllık yüksek öğrenim görmüş, meslekleriyle ilgili konularda kamu kurum ve kuruluşları veya özel kuruluşlarda en az on yıl süreyle görev yapmış, mesleki açıdan yeterli bilgiye, deneyime ve devlet memuru olma niteliğine sahip, otuz yaşını doldurmuş kişiler arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur.

(2) Seçim için, siyasi parti gruplarının üye sayısı oranında belirlenecek üye sayısının ikişer katı aday gösterilir ve Üst Kurul üyeleri bu aylar arasından her siyasi parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunca seçilir. Ancak siyasi parti gruplarında Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde yapılacak seçimlerde kime oy kullanılacağına dair görüşme yapılamaz ve karar alınmaz." (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, t.y.)

Maddenin görev süresi ve üyelerin seçimine dair diğer hususlar 3484 sayılı yasa ile aynıdır.

2.3.2. Amacı ve Görevleri

RTÜK'ün asıl kuruluş amacı, 6112 sayılı yasanın 34. Maddesinde belirtilmiştir. Yasada “Radyo ve televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü *düzenlemek ve denetlemek amacıyla*, idari ve mali özerkliğe sahip Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulmuştur” denmektedir.

Bağımsız idari otorite olan RTÜK, düzenleme, denetleme ve gözetim görevleriyle bağlantılı olarak özel radyo ve televizyonların yayıncılık faaliyetlerini denetler. Bunun yanında, özel radyo ve televizyonların anonim şirket statüsünü taşımalarından kaynaklanan “birleşme ve devralmalar” hususlarında da üst kurul olarak görev yapmaktadır (İşbir, 2007: 822).

İşlevsel açıdan bakıldığında ilgili kanunda da görüleceği üzere RTÜK, izin verme; *faaliyete mezun kılma*, kanal ve frekans tahsisi; *alanı organize ve koordine etmek*, denetim; *yükümlülüklerin yerine getirilmesini izlemek* ve düzenleme; *normatif yapı oluşturmak* gibi görevleri bulunmaktadır (Tiryaki, 2002: 191).

RTÜK'ün görev ve yetkileri, 6112 sayılı yasanın 36. maddesinde ayrıntılı olarak belirtilmiştir. Yasada olumsuz ve yasaklayıcı ifadelerin yerine, daha olumlayıcı ifadeler kullanılmıştır. Düşünce ve ifade özgürlüğünün tesisi, haber alma hakkının korunması, rekabetin ve çoğulculuğun sağlanması bu anlamda kamu yararının tesisi RTÜK'ün görevleri arasındadır. Aynı zamanda RTÜK'ün radyo ve tv frekans tahsisini yapmak, lisans vermek, denetlemek ve iptal etmek, ücretlerini belirlemek, ülkede yerleşik olmayan fakat yargı yetkisi altında bulunan yayınların uluslararası anlaşmalara uygunluğu denetlemek, koruyucu sembol kullanımıyla ilgili esasları belirleyip, denetlemek, yayın hizmetleriyle ilgili ölçüm ve kamuoyu araştırmaları yapmak ve sonuçları paylaşmak, seçim dönemlerindeki yayınları denetlemek, izlenme ve dinlenme oranlarıyla ilgili ölçümlerin usul ve esaslarına uymayan kuruluşlara uygulanacak yaptırımları belirlemek, yayın hizmetlerine ilişkin gelişmeleri takip etmek ve ülkemizde bu gelişmeler için çalışma yapmak, medya okur yazarlığının gelişmesi için ilgili kuruluşlarla iş birliği yapmak, ilgili uluslararası anlaşmaları imzalamak ve ülkeyi temsil

etmek, olağan üstü durumlarda Milli Savunma Bakanlığı ile ortak hareket etmek ve buna benzer görevleri bulunmaktadır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, t.y.)

Özetle RTÜK'ün temel amacı ve görevi kanunda belirtilen yayın ilkelerine bağlı kalmak suretiyle, kamu yararını sağlamak amacıyla radyo ve televizyon alanında faaliyet gösteren yayınların denetimini yapmak ve buna uygun olarak yaptırım uygulamaktır. Zaman zaman bu yaptırımların içeri sebebi ve dayanak noktası kamuoyunda tartışmalara konu olmakta ve RTÜK'ün yönetici iktidarlardan bağımsız hareket edebilme kabiliyeti sorgulanmaktadır.

2.3.3. Denetleme ve Yaptırım Yetkisi

RTÜK'ün denetim yetkisi, RTÜK'ün yayın kuruluşları üzerindeki yapısal denetim yetkileri, yayınlar üzerindeki denetim yetkisi ve seçim dönemindeki denetim yetkisidir (Tiryaki, 2002: 192).

RTÜK, yayıncılık hizmetlerinin düzenli ve hukuka uygun yürütülmesi amacıyla Kanun'da kendisine verilen görevler çerçevesinde hareket eder. Yayıncılık faaliyetlerinin düzenlenmesi için çeşitli kurallar koyar. Bu kuralların uygulanıp uygulanmadığını denetler ve gerektiğinde kanunda kendisine verilmiş yetkiler çerçevesinde çeşitli yaptırımlar da uygular. Söz konusu düzenleme, denetleme ve yaptırım uygulama yetkileriyle RTÜK, radyo-televizyon yayıncılığının sürekliliği ve düzenliliğini sağlamaktadır. Hatta RTÜK, anayasal ve yasal yetkilerini kullanmak suretiyle, yayıncılıkta kamu düzenini korumaktadır (İşbir, 2007: 824).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, radyo ve televizyon yayınlarını üç şekilde denetlemektedir. Bu denetleme biçimleri; RTÜK uzmanları tarafından yapılan doğrudan denetim, 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezi, RTÜK web ve RTÜK e-posta kanallarından gelen izleyici şikayetlerinin derlendirilmesi yoluyla yapılan izleyici denetimi ve İzleyici Temsilciliği müessesesi ve Yayıncılık Etik İlkeleri bağlamında yayın kuruluşlarının yaptığı özdenetimdir (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, t.y.).

RTÜK'ün 2011 yılında yayınladığı faaliyet raporunda, doğrudan denetim, izleyici ve özdenetimle ilgili ayrıntılı bilgiye yer verilmektedir. Doğrudan denetimde, uzmanlar yayınların yayın hizmeti ilkelerine uygunluğunu denetlemektedirler. Yayın ihlalleriyle ilgili raporlar hazırlanarak her hafta düzenli olarak toplanan Üst Kurulun gündemine sunulmaktadır. İzleyici denetiminde ise, 444 1 178 RTÜK İletişim Merkezine gelen şikâyetler değerlendirilmek üzere bilgisayar ortamında günlük olarak yayın kuruluşunun takibini yapan sorumlu uzmanlara iletilmektedir. Aynı zamanda şikâyetler, günlük olarak yayın kuruluşlarının izleyici temsilcilerine iletilmektedir. Yayıncı kuruluşların özdenetim mekanizmalarını kurmalarına ve geliştirmelerine yönelik , herhangi bir zorunluluk ya da yasal yaptırım olmaksızın ulusal televizyon kanallarının işbirliği ile 29 Eylül 2006 tarihinde “İzleyici Temsilciliği” uygulaması başlatılmıştır. Bu uygulama ile televizyon izleyicilerinin televizyon kanalıyla ilgili görüşlerinin, tepkilerinin, şikâyetlerinin kanal yönetimi tarafından düzenli olarak takip edilmesine imkân sağlanmaktadır. Veriler yayın planlama çalışmalarında yardımcı olmaktadır. Öte yandan izleyiciler de görüş ve önerilerinin kanal yönetimi tarafından dikkate alınıp alınmadığını görebilmektedirler. Böylece televizyon kanalları ile izleyiciler arasında doğrudan bir etkileşim kurulmaktadır (Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, 2011: 56-57).

Yapılan denetimlerin sonucunda bir ihlalle karşılaşıldığında, yaptırım gerektiren durumlarda, RTÜK'ün bu yaptırımı uygulama yetkisi bulunmaktadır. 6112 sayılı yasanın 32. maddesinde belirtilen yayın ilkelerine aykırı yayın yapılması sonucunda, RTÜK'ün kanunda belirtilen durumlarda, idari para cezası, uyarı cezası, ihlalin uyarıdan sonra tekrarlanması halinde para cezası, idari tedbir kararı, yayın durdurma, yayın lisansının iptali gibi yaptırımlar uygulama yetkisi bulunmaktadır.

Sonuç olarak, RTÜK, Türkiye’de radyo ve televizyon alanındaki yayınları belli ilkelere uygunluğunu denetlemekle görevli bir kuruluştur. 1980’lerin ortasından sonra, özel girişimlerin yayıncılık alanında faaliyet göstermesinden sonra, belli bir tekelleşme eğilimi söz konusu olmuş, ticari kaygılar belli bazı mesleki ilkelerin önüne geçme eğilimine girmiştir. Toplumda heyecan uyandırmak, “son dakika” ve “flaş” gelişmelerle kişilerin algısını canlı tutmak, “az sonra haberciliği” ile merak uyandırmak, televizyonda fiziksel ve sözel şiddet içeren yayınların daha fazla izlenme oranı

getirmesi gerekçesiyle ağırlıklı olarak yayınlanması, haberlerin profesyonel gazetecilik standartlarının dışında, olay yerine ait, kan şiddet görüntülerinin kameramanlar tarafından hiçbir kesintiye uğramadan canlı yayınlarda verilmesi gibi olaylar, medyadaki etik tartışmaları alevlendiren unsurlar olmaktadır. Bütün bu etik ihlaller sonucunda RTÜK'ün aldığı bazı kararlar kamuoyunda, hem izleyici hem de yayıncılar arasında tartışmalara neden olmakta ve kimi zaman tepki çekmektedir. Alınan kararların adil olmadığı, etik amaçlar dışında alındığı, RTÜK ile yönetici iktidarın organik bir bağ içinde bulunduğu iddiası kamuoyunda uygulanan yaptırımların “tarafı” oldu konusunda bir algı oluşturmaktadır. Örneğin, 12 Mayıs 2013 günü Hatay'ın Reyhanlı ilçesinde elliden fazla kişinin yaşamını yitirdiği ve yaralı sayısının da yüzün üzerinde olduğu terör saldırısında, televizyonların şiddet, kan, ceset içeren görüntüleri yayınlamaması üzerine, Reyhanlı Sulh Ceza Mahkemesi'nin yayın yasağı kararı almıştır (Radikal Gazetesi, 2013).

RTÜK'ün uygulayacağı bu yasak ile, bilgilerin kamuoyundan saklandığı, gerçeklerin yansıtılmadığı, basının sansürlendiği, ölü sayısının ifade edilenin çok üzerinde olduğu gibi iddialar kamuoyunda geniş yankı bulmuş ve sosyal medya üzerinden de sıkça dile getirilmiştir. Kamuoyunda gerçeklerin gizlendiği yönünde bir algı oluşmuştur. Yayın yasağının gerekçesi şiddet ve kan içeren görüntülerin yayınlanmasının yasaklanmasıyla ilişkilidir, fakat kamuoyundaki algının bu yönde olmadığına dair bir takım göstergeler mevcuttur.

Öte yandan RTÜK'ün bağımsız hareket edemediği iddiaları ve siyasal iktidarla ortak hareket etti algısı ülkede yaygın bir kanı haline gelmiştir. Hükümet aleyhinde yayın yapan kuruluşlara kesilen ağır cezalara karşı, hükümete yakın yayın kuruluşlarına bu konuda iltimas geçildi algısı yaygın bir kamu haline gelmiş ve RTÜK'ün bağımsızlık algısı değişmiştir. Hatta seçim dönemlerinde iktidar karşıtı yayın yaptığı iddia edilen kurumlara ceza yağdırıldığı da söz konusu iddialar arasında yer almaktadır (Medyafaresi haber sitesi, t.y.).

Yayın lisans sıralamasının adil bir biçimde süresi içinde yapılmadığı ve bazı kuruluşların bu anlamda kayırıldığı iddiası yine mahkemeye taşınan konular arasındadır.

RTÜK konusunda “taraf” olduğuna dair, söylemler, sunumlar ve iddialar günlük yaşamda karşılaşılan konular olmakla birlikte bir iddiadırlar, fakat toplumda oluşan algının doğru bir biçimde tespit edilmesine ihtiyaç vardır. Bu tür söylemlerin yaygınlığı ve toplumda oluşturulan bu olumsuz algı, basın özgürlüğünün önündeki engellerden bir tanesidir. Gazetecilerde ve toplumda böyle bir algının varlığı, basın özgürlüğü ve ifade hürriyetini zedeleyici bir unsur olarak görülmelidir. Bu konuda kamu ve özel sektör çalışanlarının algılarını ölçen çalışma üçüncü bölümde değerlendirilmiş ve sonuçlar analiz edilmiştir.

3. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ-BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Tezin alan araştırması bölümü, altı kuruluştaki gerçekleştirilen bir anket çalışmasından oluşmaktadır. Çalışma üç kamu kurumu ve üç özel sektör kuruluşunda gerçekleştirilmiştir. Anket çalışmasında, geliştirilen bir anket soru formu söz konusu kurumlardaki çalışanlara dağıtılmış ve katılımcılardan elde edilen veriler daha sonra analize tabi tutulmuştur.

Alan araştırmasında; tezin önceki bölümlerinde literatür incelemesi yöntemiyle teorik olarak ortaya konulan Türkiye'de medya, etik ve kamu idaresi arasındaki ilişkinin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı belirlenmeye çalışılmıştır. Aşağıdaki kısımda çalışmanın ayrıntıları sunulmaktadır. Bu kapsamda öncelikle araştırmanın evreni, soru kağıdı ve hipotezler hakkında bilgi verilmekte, ardından da elde edilen bulgular yorumlanmaktadır.

3.1. ARAŞTIRMA EVRENİ

Anket çalışması altı farklı kurumda gerçekleştirilmiştir. Kamu kurumu olarak; Sağlık Bakanlığı, Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı merkez teşkilatları, özel sektör kuruluşu olarak; Turkcell, Adidas ve Schneider Electric personeline anket uygulanmıştır. Anket formu, Türkiye'de medya ve etik alanına dair 14 sorudan oluşmaktadır. Çalışmanın ölçeği, daha önce kamu, medya ve etik ilişkisini belirleyen emsal bir araştırma bulunmadığından, araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Anket araştırması, her kurumdan eşit olarak 30 katılımcıya ve toplam olarak 180 katılımcıya uygulanmış ve analizler gerçekleştirilmiştir.

Kurumlar basit tesadüfi yöntem ile seçilmiştir. Çünkü analiz edilmek istenen algı için kamu kurumu ve özel sektör arasındaki algı farklılığıdır. Bu anlamda özel olarak kurumsal bazda araştırılmak istenen bir konu yoktur. Kurumun kendisini ilgilendiren kuruma has bir değerlendirme yapılmamıştır. Çalışmada kamu sektörü ve özel sektör arasında bir farklılık tespit edilmeye çalışıldığı için, sadece kamu kurumu ve sadece

özel sektör kurumu olması yeterlidir. Çalışmanın izleyen kısmında anket verileri değerlendirilmektedir.

Araştırmanın Kısıtlılıkları

Araştırma sadece kamu çalışanları ve özel sektör çalışanlarının algılarını tespit etmeye yöneliktir. Çıkarımlar tüm toplumu, veya tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarını kapsamamakta sadece araştırmanın yapıldığı kurumları kapsamaktadır.

3.1.1. Katılımcıların Kurumlar İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı

Tablo 2. Kurumlar İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılım				
Kurum	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
SGK	30	16,7	16,7	16,7
Sağlık Bakanlığı	30	16,7	16,7	33,3
Ulaştırma Bakanlığı	30	16,7	16,7	50,0
Turkcell	30	16,7	16,7	66,7
Adidas	30	16,7	16,7	83,3
Schneider Electric	30	16,7	16,7	100,0
Toplam	180	100,0	100,0	

3.1.2. Katılımcıların Cinsiyet Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı

Tablo 3. Katılımcıların Cinsiyet Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzelere Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Kadın	89	49,4	49,4	49,4
Erkek	91	50,6	50,6	100,0
Toplam	180	100,0	100,0	

3.1.3. Katılımcıların Yaş Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

Tablo 4. Katılımcıların Yaş Grupları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
30 ve altı	89	49,4	49,4	49,4
31-40	68	37,8	37,8	87,2
41-50	18	10,0	10,0	97,2
51 ve üstü	5	2,8	2,8	100,0
Toplam	180	100,0	100,0	

3.1.4. Katılımcıların Kıdem Durumları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

Tablo 5. Katılımcıların Kıdem Durumları İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Yıl 0-5	121	67,2	67,2	67,2
6-10	25	13,9	13,9	81,1
11-20	20	11,1	11,1	92,2
21 ve üstü	14	7,8	7,8	100,0
Toplam	180	100,0	100,0	

3.1.5. Katılımcıların Haber Okuma/Dinleme Sıklığı İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

Tablo 6. Katılımcıların Haber Okuma/Dinleme Sıklığı İtibariyle Frekans ve Yüzde Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Her gün	141	78,3	78,3	78,3
Birkaç günde bir	34	18,9	18,9	97,2
Haftada bir	4	2,2	2,2	99,4
Hiç	1	,6	,6	100,0
Toplam	180	100,0	100,0	

3.2. ANKET FORMU

Anket çalışmasına bir soru kağıdı hazırlamakla başlanmıştır. Ölçek geliştirme aşamasında öncelikle ulusal ve uluslararası literatür taranmış, çalışma konusu ile ilgili alan araştırmaları incelenmiştir.¹ Ayrıca benzer bir araştırma olarak Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı'nın (TEPAV) da kurumlara duyulan güven üzerine araştırmaları bulunmaktadır. TEPAV'ın güven araştırmasında şöyle denilmektedir:

“TV kanallarına ve gazetelere duyulan güvenin de düşük çıkmış olması (güvenenlerin oranı, TV kanalları için %23; gazeteler içinse %24'tür), ülkedeki demokrasinin işleyişi açısından kilit bir konumda olan medyanın güvenilirliğinin halk gözünde yıprandığını göstermesi açısından dikkate değer bir saptama olmaya devam etmektedir. Medya, kurumsal güven sıralamasında sondan üçüncü sırada yer almaktadır.”(TEPAV, 2009: 2).

Bununla birlikte, bu çalışmanın yapısı ve odağı itibariyle çalışmanın teorik bölümlerinde üzerinde durulan ve ülke gündeminde ön plana çıkan medya etiği boyutlarının soruya çevrilmesinin daha sağlıklı olacağı düşünülmüş ve ölçek maddelerinin başka çalışmalardan alınması değil de, doğrudan doğruya araştırmacı tarafından üretilmesi yoluna gidilmiştir. Anket formunda Likert ölçeğine göre cevaplandırılması gereken 14 ifade yer almıştır. Bu ifadelerden 5 tanesi (1, 3, 9, 13, 14. sorular) direkt olarak medya ve etik algısına ilişkin olmakla birlikte; 4 tanesi (2, 4, 7, 12. sorular) RTÜK, 3 tanesi (6, 10, 11. sorular) kamu ve medya etiği ilişkisi ve 2 tanesi

¹ CIME Survey, <http://www.cimethics.org/home/en/docs/CIME-Public-Trust-Survey-2011-Report.pdf>
Kiriya, I ve Degtereva, E. (2010). Russian Tv Market: Between State Supervision, commercial logic and simulacrum of public service, <http://www.cimethics.org/home/en/docs/CIME-Public-Trust-Survey-2011-Report.pdf>
Wolfgang, Hoffman-Riem, (1996). Regulating Media, <http://www.google.com.tr/books?id=V8Yw451Jva8C&pg=PA2&lpg=PA1&ots=QvJarLeCRF&dq=state+supervision+of+media&lr=>
Braman, S. (1998). Public Expectations of Media Versus Standards in Codes of Ethic, https://pantherfile.uwm.edu/braman/www/bramanpdfs/002_ethics.pdf
Cooper, T. (2008). Between The Summits: What Americans Think About Media Ethics, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08900520701753106?journalCode=hmme20#preview>
Yıldız, A. (2003). *Bir Düzenleyici Kurul Analizi: Radyo Televizyon Üst Kurulu*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara
Yalçın, N. (2011). *Radyo ve Televizyon Alanının Düzenlenmesi ve Denetlenmesinden Sorumlu Kurulların Özerkliği ve Bağımsızlığı*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
Özdemir, S. (2006). *Türk Medyasındaki Gazetecilerin Medya Etiğine Yaklaşımları: İstanbul Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.

(5, 8. sorular) ise iktidar ve medya arasındaki ilişki ile ilgilidir. Anketin ölçeği araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 7. Anket Formundaki İfadeler

1	Türkiye’de basın yayın kuruluşlarının etik ve ilkeli yayın yaptığına inanıyorum.
2	RTÜK’ün TV kanallarına kestiği cezaları doğru buluyorum
3	Türkiye’de medya kuruluşlarının tarafsız ve bağımsız yayın yaptığına inanıyorum
4	RTÜK’ün yönetici iktidarlardan bağımsız hareket ettiğini düşünüyorum.
5	İktidarların basın yayın kuruluşlarını istedikleri biçimde yönlendirebildiğine inanıyorum.
6	Kamu yöneticilerinin, vatandaşları bilgilendirmek amacıyla basın yayın kuruluşlarını doğru bir biçimde kullandıklarını düşünüyorum.
7	Türkiye’de RTÜK gibi denetleyici bir kuruluşun varlığını yararlı görüyorum.
8	Medya kuruluşlarının çeşitli biçimlerde, iktidarlara çıkar ilişkisi içinde olduğuna inanıyorum
9	Medya kuruluşlarının yaptığı yayınlara hiçbir surette devletin müdahalesini doğru bulmuyorum
10	Kamuda üst düzey yöneticilerin basın-yayın araçlarını bilgilendirme ve hizmet tanıtımı yapmak amacıyla etkili bir biçimde kullandığına inanıyorum.
11	Devlet kurumlarının hizmetlerini tanıtmak amacıyla yayın organlarına reklam vermesini olumlu karşılarım.
12	RTÜK’ün basın yayın kuruluşlarına yaptırım uygularken, eşit mesafede durduğunu düşünüyorum
13	Türkiye’de devlet tarafından internete ilişkin getirilen sınırlamaları ve erişim yasağını etik açıdan doğru buluyorum.
14	İnteraktif medya da denilen internet haberciliğinin etik açıdan devlet tarafından denetlenmesini uygun buluyorum.

Yukarıda da belirtildiği gibi anket soru formu, 1 (kesinlikle katılmıyorum), 5 (kesinlikle katılıyorum) arasında değişen beşli Likert ölçeğinde düzenlenmiştir.

3.2.1. Araştırma Soruları

Anket çalışmasında aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

1. Katılımcıların tamamı Türkiye’de medyanın etik davrandığını düşünmekte midir?
2. Kamu sektörü ve özel sektör çalışanları arasında, medyanın etik davranışıyla ilgili algısal anlamda anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
3. Cinsiyete göre, medyanın etik davranışıyla ilgili anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
4. Kamu ve özel sektörde çalışanları RTÜK’ün medya kuruluşlarına uyguladığı yaptırımları doğru bulmakta mıdır? Bu konuda iki sektör arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
5. Kamu ve özel sektör çalışanları RTÜK’ün iktidardan bağımsız davrandığını mı düşünmektedir? Bu algı açısından kamu ve özel sektör çalışanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
6. Katılımcıların tamamı Türkiye’de medya kuruluşlarının tarafsız ve bağımsız yayın yaptığına inanmakta mıdır? Kamu ve özel sektör açısından bu konuda bir farklılık bulunmakta mıdır?
7. Katılımcıların tamamı siyasal iktidarların basın yayın kuruluşlarını istedikleri biçimde yönlendirmediklerine inanmakta mıdır? Bu konuda kamu ve özel sektör arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?
8. Katılımcıların tamamı RTÜK’ün varlığını yararlı görmekte midir, bu anlamda özel sektör ve kamu sektörü çalışanları arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?
9. RTÜK’ün yaptırım uygularken tarafsızlığı konusunda katılımcıların tamamının algısı ne yöndedir? Bu konuda kamu ve özel sektör arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?
10. Katılımcıların tamamı, kamu yöneticilerin basın yayın organlarını doğru kullandığını düşünmekte midir? Bu konuda kamu ve özel sektör arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?
11. Üst düzey yöneticilerin bilgilendirme ve hizmet tanıtımı yapmak amacıyla etkili bir kullanım gerçekleştirdikleri düşünülmekte midir? Kamu ve özel sektör açısından bir farklılık bulunmakta mıdır?
12. Katılımcıların tamamı, medya kuruluşlarının iktidarla bir çıkar ilişkisi içinde olduğuna inanmakta mıdır? Kamu sektörü özelindeki algı, özel sektörden bu anlamda farklılaşmakta mıdır?

13. Yayınlara uygulanan devlet müdahalesi doğru bulunmakta mıdır, kamu ve özel sektör çalışanları arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
14. Devletin internete erişim yasağı uygulaması konusunda katılımcıların tamamının algısı ne yönde yoğunlaşmıştır? Özel sektör ve kamu sektörü arasında bir farklılık bulunmakta mıdır? Bu konuda kurumlar arası bir farklılık bulunmakta mıdır?
15. Katılımcıların tamamı interaktif medya da denilen internet haberciliğinin devlet tarafından denetlenmesine nasıl bakmaktadır? Bu açıdan kamu ve özel sektör arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?
16. Katılımcıların tamamı devlet kurumlarının hizmet tanıtımı yapmak amacıyla basın yayın kuruluşlarına reklam vermesini nasıl karşılamaktadır? Bu konuda kamu ve özel sektör arasında bir farklılık bulunmakta mıdır?

3.3. ANALİZ

Anket sorularının güvenilirlik analizi Cronbach Alfa yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Sıralı (ordinal) ölçek tipi kabul edilen Likert ölçeğinde hazırlanan anket soruları, bağımsız örneklem t testi ve ağırlıklı ortalama yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

Sosyal bilimlerde psikoloji ve eğitim araştırmalarında Likert tipi derecelmeli ölçekler kullanılarak ölçülen tutum, kaygı, ilgi vb. değişkenlerin, gerçekte sıralama ölçeğine girmekle birlikte, araştırmacılar tarafından daha güçlü istatistikler kullanabilmek amacıyla aralık ölçeğinde kabul edildiği görülmektedir.²

Araştırmada beşli Likert Ölçeği kullanılmıştır, bu ölçek değerlerinin orta noktası 2.50-3.49 değer aralığı olarak saptanmıştır.

3.3.1. Analiz Sonuçları

Gerçekleştirilen analizlerin sonuçları aşağıda sırayla sunulmuştur.

3.3.1.1. Güvenilirlik Analizi

² Büyüköztürk, S. (2007), Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, Pegem Yayıncılık, Ankara.

Tablo 8. Cronbach Alfa Katsayısı

Cronbach Alfa Katsayısı	Madde Sayısı
,825	14

Tablo 9. Güvenilirlik Analizi

	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde- Toplam Korelasyon	Madde Silindiğinde Alfa Katsayısı
S1	34,5000	67,816	,445	,814
S2	33,6611	62,896	,586	,803
S3	34,7389	66,529	,473	,812
S4	34,5000	64,106	,539	,807
S5*	34,6333	70,368	,355	,820
S6	33,8611	67,383	,437	,815
S7	33,2722	63,920	,591	,803
S8*	34,7111	71,022	,324	,821
S9*	34,4500	71,277	,214	,829
S10	33,7111	66,408	,520	,809
S11	32,6278	72,358	,169	,831
S12	34,1889	62,769	,628	,800
S13	33,7667	60,750	,569	,805
S14	33,3222	66,086	,445	,814

* Bu soru diğerlerinden farklı olarak olumsuz bir ifadeye sahip olduğundan, güvenilirlik analizi öncesinde ters kodlanmıştır

Yukarıda da görüldüğü gibi, anketi sorularının **alfa değeri 0,825** olarak saptanmıştır. Bu değer istatistik literatüründe “yüksek derecede güvenilirliği” temsil etmektedir.

3.3.1.2. Diğer Analizler

Verileri analiz etmek amacıyla Bağımsız Örneklem t testi ve aritmetik ortalamalardan yararlanılmıştır. Gerçekleştirilen analizlerin sonuçları araştırma soruları çerçevesinde sırasıyla aşağıda sunulmuştur.

3.3.1.2.1. Etik ve İlkeli Yayın Algısı

Yukarıdaki araştırma sorusunu yanıtlamak amacıyla katılımcıların tamamının etik ve ilkeli yayıncılık ölçeğine verdiği yanıtların aritmetik ortalaması aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10. Etik ve İlkeli Yayın Algısı

	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Etkili ve ilkeli yayın	180	2,11	1,019

Değerlendirmede; 5 kesinlikle katılıyorum, 4 katılıyorum; 3 kararsızım, 2 katılmıyorum ve 1 kesinlikle katılmıyorum olarak kabul edilmiştir. 2,11 ortalaması ile ankete katılan 180 katılımcının algısı, Türkiye’de medyanın etik yayın yaptığı önermesine katılmama yönündedir. Dolayısıyla katılımcılar Türkiye’de medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığına inanmamaktadır.

3.3.1.2.2. Etik ve İlkeli Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

Bu soruya yanıt vermek için iki alanın aritmetik ortalamaları alınmıştır.

Tablo 11. Etik ve İlkeli Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		
		Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Etkili ve ilkeli yayın	Kamu	90	1,98	,936
	Özel	90	2,24	1,084

Katılımcıların tamamı medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığı önermesine katılmamaktadır.

Tablo 12. Etik ve İlkeli Yayın Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre Levene Testi		Ortalamaların eşitliğine göre t-testi						
									Farklılığın 95% Güven Aralığı	
		Anamlılık		Anamlılık		Standard				
		F	t	df	(2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır	
Etkili ve ilkeli yayın	Varyansların Eşit Varsayılması	1,916	,168	-	178	,079	-,267	,151	-,565	,031
	Varyansların Eşit Varsayılmaması			-	174,282	,079	-,267	,151	-,565	,031

Bağımsız Örneklem T Testi uygulandığında ise, kamu ve özel kesim arasında medyanın etik ve ilkeli yayın yapma konusundaki puanları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Söz konusu analiz sonucunda p değeri 0,079 olarak bulunmuştur. Her iki kesim de medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığına inanmamaktadır.

3.3.1.2.3. Cinsiyete Göre Etik Algısı

Katılımcılar arasında kadın ve erkek olarak medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığına dair anlamlı bir farklılık olup olmadığına dair bağımsız örneklem testi analiz sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 13.Cinsiyete Göre Ortalama

	Katılımcı			
	Cinsiyet	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Etkili ve ilkeli yayın	Kadın	89	2,21	1,039
	Erkek	91	2,01	,994

Tablo 14. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
		Levene Testi		Farklılığın 95% Güven Aralığı						
				Standard						
		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
Etkili ve ilkeli yayın	Varyansların Eşit Varsayılması	1,916	,168	-	178	,079	-,267	,151	-,565	,031
	Varyansların Eşit Varsayılmaması									

Kadın ve erkek katılımcılar arasında Türkiye’de medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığı sorusuna karşılık anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. P değeri 0,05 in üzerinde olup 0,079 olarak hesaplanmıştır. Her iki grup da medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığı düşüncesine katılmamaktadır.

3.3.1.2.4. RTÜK’ün Yayın Kuruluşlarına Uyguladığı Yaptırım Algısı

Tablo 15. RTÜK’ün Yaptırım Algısı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
RTÜK’ün kestiği ceza	180	2,95	1,270

Görüldü üzere katılımcıların tamamı RTÜK’ün, kurallara aykırı hareket ettiklerinde medya kuruluşlarına verdiği cezalar konusunda kararsız kalmaktadırlar. RTÜK’ün medya kuruluşlarına verdiği cezaları doğru buluyorum önermesinde katılımcıların tamamı konuda çekimser kalmıştır. (2.50-3.49 orta nokta aralığı).

Tablo 16. RTÜK’ün Yaptırım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Katılımcı			
	Sektör	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
RTÜK'ün kestiği ceza	Kamu	90	2,79	1,107
	Özel	90	3,11	1,402

Tablo 17. RTÜK'ün Yaptırım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Levene Testine Göre Varyans Eşitliği		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi								
		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır		
RTÜK'ün kestiği ceza		Varyansların Eşit Varsayılması		9,698	,002	-	178	,089	-,322	,188	-,694	,049
		Varyansların Eşit Varsayılmaması				-	168,898	,089	-,322	,188	-,694	,049

Kamu sektörü ve özel sektörde çalışanlar açısından RTÜK'ün medya kuruluşlarına verdiği cezaları doğru bulmama açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. P değeri 0,05'in, 0,089 analiz değeriyle üzerindedir. Ortalamalar açısından anlamlı bir farklılık bulunmamakla birlikte, özel sektör kuruluşları ve kamu kuruluşları RTÜK'ün verdiği cezaların doğruluğu konusunda kararsız kalmıştır. (2.50-3.49 orta nokta aralığı). Fakat kamu kurumunda çalışanların bu konuda özel sektöre nazaran daha olumsuz bir tutum içinde olduğunu söylenebilmektedir.

RTÜK'ün	Varyansların	22,527	,000	-	178	,030	-,400	,182	-	-,040
bağımsızlığı	Eşit		2,193					,760		
	Varsayılmaması									
	Varyansların			-	167,125	,030	-,400	,182	-	-,040
	Eşit		2,193					,760		
	Varsayılmaması									

RTÜK'ün, iktidardan bağımsız davrandığı önermesiyle ilgili kamu ve özel kesim arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ($p < 0,05$, $p = 0,03$). Kamu sektörü 1.91'lik ortalama ile daha keskin bir biçimde bu önermeye karşı çıkarken, özel sektör daha ılımlı bir biçimde karşı çıkmaktadır. Fakat sonuç olarak her iki kesim de, RTÜK'ün siyasal iktidardan bağımsız hareket ettiğini düşünmemektedir.

3.3.1.2.6. Medya Kuruluşlarının Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı

Tablo 21. Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standard Sapma
Tarafsız/Bağımsız yayın	180	1,87	1,109

Katılımcıların tamamı 1,87'lik ortalama ile Türkiye'de medya kuruluşlarının tarafsız ve bağımsız yayın yaptığı önermesine kesinlikle katılmamaktadır.

Tablo 22. Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Katılımcı			
	Sektör	Sayısı	Ortalama	Standard Sapma
Tarafsız/Bağımsız yayın	Kamu	90	1,51	,623
	Özel	90	2,23	1,350

Kamu sektöründe çalışanlar 1,51 ortalama ile önermeye daha kuvvetli bir biçimde katılmazken, özel sektör kuruluşları ise daha ılımlı bir biçimde katılmamaktadır.

Tablo 23. Tarafsız ve Bağımsız Yayın Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
		Levene Testi		Farklılığın 95% Güven Aralığı						
		Anlamlılı		Anlamlılı		Standar		Üst		
		F	k	t	df	k	Ortalama	d Hata	Alt Sınır	Üst Sınır
						(2 yönlü)	a Farkı	Farkı	Sınır	r
Tarafsız/Bağımsız yayın	Varyansların Eşit Varsayılması	56,07	,000	-	178	,000	-,722	,157	-	-
	Varyansların Eşit Varsayılmama	7		4,61	0				1,03	,413
	Varyansların Eşit Varsayılması			0					1	
	Varyansların Eşit Varsayılmama			-	125,23	,000	-,722	,157	-	-
	Varyansların Eşit Varsayılması			4,61	2				1,03	,412
	Varyansların Eşit Varsayılmama			0					2	

Bu önerme ile ilgili iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. ($p=0,00$, $p<0,05$) Fakat sonuç olarak her iki grup da Türkiye’de medya kuruluşlarının tarafsız ve bağımsız yayın yaptığı önermesine katılmamaktadır.

3.3.1.2.7. İktidarların Basın-Yayın Kuruluşlarını Yönlendirme Algısı

Tablo 24. İktidarın Yönlendirme Algısı Ortalaması

Katılımcı			
	Sayı	Ortalama	Standart Sapma
Yönlendirme	180	2,2111	1,19116

Katılımcıların tamamı siyasal iktidarların basın yayın kuruluşlarını istedikleri biçimde yönlendirmedikleri önermesine 2,111 ortalama ile katılmamaktadır. Yani katılımcılar, iktidarın basın yayın kuruluşlarını yönlendirdiğine inanmaktadır.

Tablo 25. İktidarın Yönlendirme Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Katılımcı		Ortalama	Standart Sapma
	Sektör	Sayısı		
Yönlendirme	Kamu	90	2,3444	1,20076
	Özel	90	2,0778	1,17299

Kamu ve özel sektörün ortalamaları birbirine çok yakın olmakla birlikte, her ikisinde de iktidarın basın yayın kuruluşlarını yönlendirdiğine dair algı baskındır. Bu anlamda her iki grup arasında istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmamaktadır. ($p= 0,134$, $p>0,05$)

Tablo 26. İktidarın Yönlendirme Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

	Varyansların eşitliğine göre Levene Testi		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
	F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Standard Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
yönlendirme Varyansların Eşit Varsayılması	,675	,412	1,507	178	,134	,26667	,17694	- ,08251	,61584
Varsayılmayan eşit varyanslar			1,507	177,903	,134	,26667	,17694	- ,08251	,61584

3.3.1.2.8. RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı

Tablo 27. RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Ortalaması

	Katılımcı		Ortalama	Standart Sapma
	Sayısı			
RTÜK'ün varlığı	180		3,34	1,168

Katılımcıların tamamı RTÜK'ün varlığını yararlı bulmak konusunda 3,34 ortalamayla kararsız kalmışlardır.

Tablo 28. RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		Standart Sapma
		Sayısı	Ortalama	
RTÜK'ün varlığı	Kamu	90	3,26	1,137
	Özel	90	3,42	1,199

Kamu ve özel sektörün ayrı ayrı ortalamaları alındığında her iki grup içinde aynı sonuç çıkmıştır. Her iki grup da RTÜK'ün varlığını yararlı bulmak konusunda kararsız kalmışlardır.

Tablo 29. RTÜK'ün Varlığını Yararlı Görme Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre Levene Testi		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
				Farklılığın 95% Güven Aralığı						
				Standard						
		F	Anlamlılık	T	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
RTÜK'ün varlığı	Varyansların Eşit Varsayılması	,256	,613	-	178	,340	-,167	,174	-,510	,177
	Varyansların Eşit Varsayılmaması				- 177,505	,340	-,167	,174	-,510	,177

Kamu ve özel sektör açısından bu önermeyle ilgili herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. ($p=0,34$, $p>0,05$).

RTÜK'ün	Varyansların	4,518	,035	-	178	,001	-,578	,176	-,926	-,230
eşit	Eşit		3,278							
davranışı	Varsayılmaması									
	Varyansların			-	173,499	,001	-,578	,176	-,926	-,230
	Eşit		3,278							
	Varsayılmaması									

3.3.1.2.10. Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı

Tablo 33. Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Bilgilendirme	180	2,75	1,082

Katılımcıların tamamı 2,75 ortalama ile kamu yöneticilerin basın yayın organlarını doğru kullandığı önermesinde tarafsız kalmaktadır. (2.50-3.40 orta nokta aralığı)

Tablo 34. Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		
		Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Bilgilendirme	Kamu	90	2,66	1,083
	Özel	90	2,84	1,080

Kamu sektöründe çalışanlar ve özel sektör çalışanları kamu yöneticilerin basın yayın organlarını doğru kullandığı önermesi konusunda tarafsız kalmaktadırlar. (2.50-3.49 orta nokta aralığı). İstatistiksel açıdan her iki grup arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 35. Kamu Yöneticilerinin Medyayı Doğru Kullanım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi							
		Levene Testi									
				Farklılığın 95% Güven Aralığı							
				Standard							
				Anlamlılık	t	df	Anlamlılık Ortalama (2 yönlü)	Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
Bilgilendirme Varyansların Eşit Varsayılması		,309	,579	-	178	,243	-,189	,161	-	,129	
				1,172						,507	
Varyansların Eşit Varsayılmaması				-	177,999	,243	-,189	,161	-	,129	
				1,172						,507	

3.3.1.2.11. Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı

Tablo 36. Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Ortalaması

	Katılımcı	Standart	
	Sayısı	Ortalama	Sapma
Hizmet tanıtımı	180	2,90	1,042

Katılımcıların tamamı üst düzey yöneticilerin bilgilendirme ve hizmet tanıtımı yapmak amacıyla etkili bir kullanım gerçekleştirdikleri düşüncesine, 2,90 ortalama ile tarafsız bakmaktadır.

Tablo 37. Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		Standart
		Sayısı	Ortalama	Sapma
Hizmet tanıtımı	Kamu	90	2,63	1,022
	Özel	90	3,17	,997

Kamu sektörü çalışanları 2,63 ortalama ile kamuda üst düzey yöneticilerin basın yayın kuruluşlarını bilgilendirme ve hizmet tanıtımı yapmak amacıyla etkili bir kullanım gerçekleştirdikleri önermesine çekimsiz kalmıştır. Özel sektör çalışanları da 3,17 ortalama ile bu konuda kararsız kalmıştır. Yukarıdaki sorudan farkı, bu sorunun üst düzey ve tanıtım ibaresini içermesidir. Bir önceki soruda iki sektör arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, bu soruda iki sektör arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır. ($p=0,001$, $p<0,05$).

Tablo 38. Üst Düzey Yöneticilerin Medyayı Etkili Kullanım Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
		Levene Testi		Farklılığın 95% Güven Aralığı						
				Standard						
		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
Hizmet tanıtımı	Varyansların Eşit Varsayılması	1,046	,308	-	178	,001	-,533	,150	-,830	-,236
	Varyansların Eşit Varsayılmaması			-	177,895	,001	-,533	,150	-,830	-,236

çıkart Varyansların	1,299	,256	-,681	178	,496	-,10000	,14675	-,38959	,18959
Eşit									
Varsayılmaması									
Varyansların			-,681	177,484	,496	-,10000	,14675	-,38960	,18960
Eşit									
Varsayılmaması									

İki grup arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. ($p=0,496$, $p>0,05$).

3.3.1.2.13. Devlet Müdahalesi Algısı

Tablo 42. Devlet Müdahalesi Algısı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
müdahale	180	2,3278	1,25440

Katılımcıların tamamı 2,3278 ortalama ile yayınlara uygulanan devlet müdahalesini doğru bulmamaktadır.

Tablo 43. Devlet Müdahalesi Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		
		Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
Müdahale	Kamu	90	2,4444	1,29919
	Özel	90	2,2111	1,20387

Kamu ve özel sektör kuruluşlarının ayrı ayrı ortalamalarına bakıldığında birbirine yakın değerler bulunduğu görülmektedir. Hem kamu sektörü çalışanları hem de özel sektör çalışanları yayınlara uygulanan devlet müdahalesini doğru bulmamaktadır. İstatistiksel açıdan iki grup arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. ($p=0,213$, $p>0,05$).

Tablo 44. Devlet Müdahalesi Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

Varyansların eşitliğine göre		Levene Testi		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
		F	Anlamlılık	t	Df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Standard Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
müdahale Varyansların Eşit Varsayılması		2,117	,147	1,250	178	,213	,23333	,18670	- ,60177	,13510
Varyansların Eşit Varsayılmaması				1,250	176,977	,213	,23333	,18670	- ,60178	,13512

3.3.1.2.14. Erişim Yasağı Algısı**Tablo 45.** Erişim Yasağı Algısı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İnternet yasağı	180	2,84	1,502

Katılımcıların tamamı 2,84 ortalama ile Türkiye’de devlet tarafından internete ilişkin getirilen sınırlamaları ve erişim yasağını etik açıdan doğru buluyorum önermesi konusunda çekimser kalmaktadır. (2.50-3.49 orta nokta aralığı).

Tablo 46. Erişim Yasağı Algısı Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Sektör	Katılımcı		
		Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İnternet yasağı	Kamu	90	2,52	1,408
	Özel	90	3,17	1,531

Kamu çalışanları 2,52 ortalama ile Türkiye’de devlet tarafından internete ilişkin getirilen sınırlamaları ve erişim yasağını etik açıdan doğru buluyorum önermesine çekimser kalmıştır. Özel sektör çalışanları da 3,17 ortalama ile önerme konusunda çekimser kalmışlardır. İstatistiksel açıdan arada anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. ($p=0,04$, $p<0,05$).

Tablo 47. Erişim Yasağı Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

Varyansların eşitliğine göre		Levene Testi		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Standard Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
İnternet yasağı	Varyansların Eşit Varsayılması	1,425	,234	-	178	,004	-,644	,219	-1,077	-,212
	Varyansların Eşit Varsayılmaması			-176,775		,004	-,644	,219	-1,077	-,212

Bu farklılığın analizine kurumlar bazında devam ettiğimizde, kurumlar arasında da anlamlı bir farklılık olduğunu görmekteyiz. ($p=0,002$, $p<0,05$).

Tablo 48. Erişim Yasağı Algısı Anova

İnternet yasağı

	Karelerin toplamı	Df	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
Between Groups	41,311	5	8,262	3,968	,002
Within Groups	362,333	174	2,082		
Total	403,644	179			

Tablo 49. Erişim Yasağı Algısı Kurumlar Arası Analiz

	Katılımcı Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	95% Confidence Interval for Mean			
					Alt Sınır	Üst Sınır	Minimum	Maximum
SGK	30	2,67	1,446	,264	2,13	3,21	1	5
Sağlık Bakanlığı	30	2,87	1,332	,243	2,37	3,36	1	5
Ulaştırma Bakanlığı	30	2,03	1,351	,247	1,53	2,54	1	5
Turkcell	30	3,40	1,589	,290	2,81	3,99	1	5
Adidas	30	3,43	1,305	,238	2,95	3,92	1	5
Schneider Elektrik	30	2,67	1,605	,293	2,07	3,27	1	5
Toplam	180	2,84	1,502	,112	2,62	3,07	1	5

Kurumlar arası değerler incelendiğinde, internet yasağı konusunda devletin müdahalesine 2,03 ortalama ile en keskin karşı çıkan kurum Ulaştırma Bakanlığı olmaktadır. Buradaki ilginç nokta bu yasağın uygulanması konusunda Ulaştırma Bakanlığı Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın sorumlu olduğu göz önüne alındığında karşılaşılan sonuçtur. İnternet yasağı konusunda çekimser kalarak, konuya en ılımlı bakan kurum ise, 3,43 ortalama ile bir özel şirket olan Adidas olmaktadır.

3.3.1.2.15. İnternet Denetimi Algısı

Tablo 50. İnternet Denetimi Algı Ortalaması

	Katılımcı		
	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İnternet denetimi	180	3,29	1,212

Katılımcıların tamamı interaktif medya da denilen internet haberciliğinin devlet tarafından denetlenmesini konusunda 3,29 ortalama ile kararsız kalmaktadır.

Tablo 51. İnternet Denetimi Algı Ortalaması Kamu ve Özel Sektör Karşılaştırması

	Katılımcı			
	Sektör	Sayısı	Ortalama	Standart Sapma
İnternet denetimi	Kamu	90	3,21	1,185
	Özel	90	3,37	1,240

Kamu sektörü 3,21 ortalama ile, özel sektör 3,37 ortalama ile interaktif medya da denilen internet haberciliğinin devlet tarafından denetlenmesini konusunda kararsız kalmaktadır. Her iki grup açısından anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. ($p=3,91$, $p>0,05$).

Tablo 52. İnternet Denetimi Algısı Bağımsız Örneklem t-testi

		Varyansların eşitliğine göre Levene Testi		Ortalamaların Eşitliğine Göre t-testi						
				Farklılığın 95% Güven Aralığı						
				Standard						
		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık (2 yönlü)	Ortalama Farkı	Hata Farkı	Alt Sınır	Üst Sınır
İnternet denetimi	Varyansların Eşit Varsayılması	,109	,741	-	178	,391	-,156	,181	-,512	,201
	Varyansların Eşit Varsayılmaması			-	177,633	,391	-,156	,181	-,512	,201

Devlet kurumları reklam	Varyansların Eşit Varsayılması	1,392	,240	,219	178	,827	,033	,152	-,266	,333
	Varyansların Eşit Varsayılmaması			,219	171,809	,827	,033	,152	-,267	,333

Gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgular, genel olarak medya etiği ve devlet ilişkisi açısından kuvvetli bir ilişkinin varlığına odaklanırken, bu ilişkinin niteliği açısından, bağımsızlık, yönlendirme gibi kavramlar açısından olumlu olmayan bir takım sonuçlar elde edilmiştir. Özellikle de hem RTÜK'ün, hem de medya kuruluşlarının iktidardan bağımsız hareket ettiğine olan inanış zayıftır. Medya ile iktidar arasında belli bir çıkar ilişkisinin varlığına inanılmaktadır. Medyanın etik davrandığına her iki sektör de inanmamaktadır. Bulgulara genel olarak bakıldığında ise kamu kurumlarında çalışanların, özel sektör kuruluşlarında çalışanlara nazaran daha olumsuz bir algıya sahip olduğu gözlenmektedir. Elde edilen bulgular sonuç kısmında daha ayrıntılı bir biçimde incelenmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küreselleşen bir iletişim çağında, dördüncü kuvvet olarak tanımlanan medya kuruluşları, ülke gündemini tek başlarına belirleyebilme, siyasi ve sosyal alanda alınan kararları etkileyebilme konusunda çok önemli bir rol oynamaktadırlar. Kamuoyunu etkileyebilme ve yönlendirme güçleri açısından bu kadar önemli bir role sahip medya kuruluşlarının, haber verme görevlerini yerine getirirken bir takım evrensel yayın ve etik değerlere uygun hareket etmeleri gerekmektedir. Fakat kamuoyu algısının bunun tam tersi yönde oluştuğu görülmektedir.

Araştırma sorularından Türkiye’de medyanın etik davranıp davranmadığı başlığı ile ilgili elde edilen sonuç olumsuz yönde olmaktadır. Kamu ve özel sektör çalışanları Türkiye’de medyanın etik ve ilkeli yayın yaptığına inanmamaktadır. Ayrıca RTÜK’ün bu konuya ilişkin medya kuruluşlarına uyguladığı yaptırımlar konusunda kararsız bir bakış bulunsa da, diğer bulgulara bakıldığında aslında bunun olumsuz bir tutuma daha yakın olduğunu ortaya çıkmaktadır. Daha da önemlisi RTÜK’ün yaptırım uygularken kuruluşlara eşit mesafede durduğuna da inanmamaktadır. Kamu kuruluşlarından kendi içinden olan katılımcıların bu sonuca varması, kamu idaresi açısından medya alanıyla ilgili düzenlemelerin yeterli olmadığı ve olan uygulamaların da taraflı olarak devam ettiği sonucuna varılmasını sağlamıştır. Kamu idaresi olarak, bu mesafenin ayarlanmasının sağlanması, düzgün rekabet koşullarının gerçekleşebilmesi için kamunun bu alana dair tarafsızlığı çok büyük önem taşımaktadır. Bu olumsuz algının giderilebilmesini sağlayacak olan yeni bir mekanizmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

RTÜK’ün Türk medyasında etik değerlerin egemen kılınmasına yönelik çalışmalar ne ölçüde etkilidir, araştırma sorusu ile ilgili bulgular ilgi çekici bir noktadadır. Bağımsız bir idari otorite olan RTÜK’ün, bağımsız davranabilme kabiliyetiyle ilgili kamuoyunda oluşan algı olumsuzdur. Her iki sektör de RTÜK’ün siyasal iktidardan bağımsız hareket edebildiğine inanmamaktadır. Bu olumsuz algı, yapılan bir çok uygulamanın aslında RTÜK’ün bağımsız bir idari otorite olarak algılanmasını engellediğini ve bu uygulamaların bir biçimde iktidar yoluyla gerçekleştirildiğine olan yaygın inancı kanıtlamaktadır. Katılımcıların aynı biçimde, medyanın da iktidardan bağımsız hareket

etmediğini düşünmesi, aslında siyasal iktidarın her iki konuda da belirleyici görünmesinden ileri gelmektedir. Kamu yönetimi açısından bağımsız idari otorite olarak tanımlanan anayasal bir kuruluşun, kamuoyu tarafından bağımlı olarak tarifi bu alanda yeni ve daha şeffaf düzenlemelere ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

Kamu yöneticilerinin, basın yayın kuruluşlarını nasıl kullandıkları ve amacına uygun bir biçimde bilgilendirme ve kamu hizmeti tanıtımı yapabilmeleri konusundaki algı olumsuz yöndedir. Kamu hizmetleri sunulurken, kaç kişiye ulaşıldığı, kişilere doğru bir biçimde bilgilendirme yapıldığı konusu önemli olmakla birlikte, bu konudaki katılımcıların algısı çekimser olmuştur. Fakat aradaki farklılığa bakıldığında üst düzey yöneticiler konusunda, özel sektör çekimser kalsa da, kamu sektöründe bu açıdan yapılan uygulamaların yetersiz olduğunu düşünme eğilimi daha fazladır. Bu sonuç da, bizi, kamu yöneticilerinin, medya kuruluşlarını daha bilinçli bir şekilde kullanması gerektiği sonucuna götürmektedir. Etkin ve bilinçli bir kullanımla birlikte, kamu hizmetlerinden daha fazla insanın haberdar olması ve bu konudaki uygulamalarda istenilen sonuca ulaşılması sağlanacaktır. Bu düşünceye paralel olarak, kamuoyu, kamu hizmetlerine ilişkin, kamu kurumlarının medya kuruluşlarına reklam vermesini olumlu karşılamaktadır. Bu konuda, bir beklenti oluştuğu görülmektedir. Hizmetlerin tanıtımı ve bilgilendirme amacıyla, kamu sektörünün mevcut basın-yayın kuruluşlarını daha etkin bir biçimde kullanmasıyla birlikte, kamuoyunda oluşan bu ihtiyaç da giderilecek, etkin ve kaliteli hizmet ulaşmak kolaylaşacaktır.

Başka bir önemli sonuç da internet yasağı ve interaktif haber sitelerinin denetlenmesine ilişkin algıdır. Devletin etik bulmayarak çeşitli video siteleri ve haber kaynaklarına ve bazı sitelere erişimi engelleme konusunda çekimser bir sonuç çıksa da asıl eğilim olumsuz olmaktadır. Bu açıdan kamu sektörü çalışanları bir parça daha özgürlükçü bir tutum sergilemiştir. Özellikle bu konuda Ulaştırma Bakanlığı çalışanları, uygulanan erişim yasağına en şiddetli karşı çıkan grup olarak görülmektedir. Yasağın uygulanmasına katkıda bulunan bir kamu kurumu olan Ulaştırma Bakanlığı'ndan çıkan bu sonuç düşündürücü olmaktadır. Bu durum kamu çalışanlarının bu konuda inisiyatif alamadığının kuvvetli bir kanıtı olmaktadır. Bunun dışında özel sektör çalışanları bu konuda kararsız bir tutum sergilemiştir. İletişim özgürlüğünün sağlanması açısından ve

bu konuda özellikle çocukların sakıncalı sitelerden uzak tutulması konusundan farklı bir yöntem izlenmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Zira bir dönem içeriğine bakılmadan Türkiye’de yabancı hizmet sağlayıcılardan gelen bir çok yayına engelleme getirilmiştir. Konunun amacına uygun düzenlenmesi beklenirken, getirilen yasaklar kamuoyunda olumsuz bir tutumun oluşmasına sebep olmaktadır. Bu açıdan çalışanların ve toplumun dijital yatkınlığı arttıkça çeşitli yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulmaya başlanmış olmakla birlikte, internet ve erişim yasağı uygulamasının dışında konuya ilişkin başkaca çözümler bulunması ihtiyacı doğmaktadır. Bilişim kanunu konusundaki düzenlemeler geç kalınmış olmakla birlikte, kamu yönetimi açısından yasaklayıcı bir tutumun uygulanmasının doğru olmadığı ve hoş karşılanmadığı görülmektedir.

Habercilik açısından, internetteki bilgi kirliliğinin ve manipülatif ortamın ortadan kalkması amacıyla, devletin bu konuda herhangi bir uygulaması bulunmamaktadır. Hukuki açıdan bir takım etik ilkelerle örtüşen uygulamalar mevcut olsa da, Türkiye’de internet haberciliğine yönelik bir düzenleme bulunmamaktadır. Katılımcılar da dolayısıyla bu konuda çekimser kalmıştır. Hem kamu kuruluşları, hem de özel kuruluşlar bu konuda kararsız kalmakla birlikte, daha önce medya kuruluşlarının yayınlarına devlet müdahalesinin katılımcılar tarafından doğru bulunmadığı ifade edilmiştir. Sivil bir kredibilite ve güvenilirlik kuruluşu tarafından, haber sitelerine kredi notu verilmesi ve güvenilirliklerinin kamuoyuna düzenli aralıklarla sürekli bir biçimde ilan edilmesi, bu konuya getirilecek bir çözüm olarak görülebilir.

Devlet müdahalesine karşı çıkan, fakat medyanın da etik yayın yapmadığına inanan katılımcılar, basın ile iktidar ilişkisi içinde olduğuna inanmaktadır. Bu durum kamunun olduğu kadar, medya kuruluşlarının da bu konuda kendini yenilemesinin gerekliliğine işaret etmektedir. Belli bir çıkar ilişkisinin varlığına inanılması, medyanın olayları doğru yansıtmadığına ve taraflı durduğuna inanacak ve bu da toplumsal aktörler arasında bir güvensizlik ortamının doğmasına yol açacaktır. Medyaya olan güvenin sarsılması, haber kaynaklarının güvenilirliğinin zedelenmesi, doğru bilgiye ulaşım konusunda oluşa şüphe, yeni bir dezenformasyon kaynağı yaratmakla birlikte, bilginin doğru bir biçimde yayılmasının da önüne geçmektedir. Siyaset ve medya ilişkisinin öteden beri gelen ilişkisine bakıldığında, siyasetçilerin yakınlarının medya

kuruluşlarının sahibi olması, bazı medya patronlarının siyasete atılım girişimleri elbette bu algının oluşmasına katkıda bulunmuştur. Oluşan bu olumsuz algı, medyanın kendi içinde yeni bir düzenlemeye gitmesine, daha şeffaf ve hesap verebilirliği yüksek uygulamalara olan ihtiyacı belirtmektedir. Medya sahiplerinin aynı zamanda başka iş kollarında faaliyet göstermesi de etik açıdan tartışmalıdır. Örneğin, Amerika'daki Murdoch skandalı, medya sahiplerinin bir iş adamı gibi hareket etmesinin sonuçlarını gözler önüne sermektedir. Polis-medya-siyaset bağlantıları konusundaki suçlamalar yöneltilen medya grubu, bazı tanınan kişilerin cep telefonlarını dinlediği ve mesaj kutularına girdiği iddiasıyla bir telekulak skandalına imza atmıştır. Ayrıca Rupert Murdoch'un yazı işlerine "Çin'de iş yapıyorum. Çin hükümetini eleştirmeyin" diye baskı yaptığı da iddia edildi. (Hürriyet Gazetesi, 2007). Bir başka örnek olarak 28 Mayıs 2013 tarihinde Türkiye'de Taksim Gezi Parkı protestoları başladığında medyanın taraflı olduğuna dair çokça tartışma yapılmıştır. Taksim gezi parkında ağaçların kesilmesine ve aynı bölgeye dair topçu kışlası ve alışveriş merkezi yapılacağı iddiaları üzerine, parkta toplanan kişilere polisin sert müdahale etmesi sonucu, toplum buna sert tepki göstermiştir. Bu protestolar ülke geneline yayılmış ve bunun sonucunda tüm yurttaki büyük çaplı eylemler başlamıştır. Fakat medya kuruluşları uzunca bir süre, taraflı bir biçimde bu protestoları ekranlara yansıtmamış ve haber olarak vermemiştir. Bu da toplumda medyanın taraflı davrandığına dair kanıyı güçlendirmiştir. Olaylara daha çok sosyal medya üzerinden organize olan protestocular medyanın bu olaylara karşı kayıtsız kaldığını savunmuşlardır. 1 Haziran günü Taksim'de bazı canlı yayın araçları ateşe verilmiş ve araçların üzerine sloganlar yazılmıştır (Wikipedia, 2013). Bu tepki sonunda NTV gibi bazı prestijli haber kanalları izleyicilerinden özür dilemiştir (Radikal Gazetesi, 2013). Başka bir haber kanalının aynı saatlerde penguen belgeseli yayınlaması, çok fazla eleştiri konusu olmuş ve sosyal medya üzerinden kanalın tutumuna dair penguen simgesi üzerinden bir çok espri ve eleştiri yapılmıştır. Diğer haber kanallarının da sahibi olduğu hisseler olayın ertesi gününde değer kayıpları yaşamış ve söz konusu kuruluşlar izleyicilerinden özür dilemek zorunda kalmışlardır. CNN International aynı saatlerde eylemlere yer verirken CNN Türk aynı hassasiyeti göstermediğinden aralarındaki anlaşmanın fesih edileceği yönünde iddialar ortaya atılmış ve bu yönde kampanyalar başlatılmıştır. Bu araştırmadan da anlaşılacağı üzere medyanın taraflı davrandığı yaygın bir kanıdır.

Yeniden hatırlatmak gerekir ki, araştırma sadece kamu çalışanları ve özel sektör çalışanlarının algılarını tespit etmeye yöneliktir. Çıkarımlar tüm toplumu, veya tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarını kapsamamakta sadece araştırmanın yapıldığı kurumları kapsamaktadır. Fakat bu noktada dahi elde edilen bulgular belli bir sonuca varmak açısından önemlidir. Sonuçta, medyanın etik açıdan yeni düzenlemelere ihtiyaç duyduğu fakat bunun devlet eliyle değil, daha sivil, şeffaf ve prestijli aktörler tarafından yapılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Kamu kurumlarında ve özel sektörde çalışanların algılarının yansıtıldığı bu çalışma ortaya koymuştur ki, devlet tarafından yapılan düzenlemelere ve müdahalelere sıcak bakılmamaktadır. Devlet kurumlarının uygulamaları gerçekleştirirken taraflı olduğu ve iktidardan bağımsız hareket edemediği algısı, konuya ilişkin yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulduğuna ilişkin önemli bir işarettir. Etik açıdan kontrolün ihtiyacı mutlak olmakla birlikte, bunu yapan kuruluşların daha sivil ve siyasetten uzak kuruluşlar olmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. Gelecekte bu alana dair yeni düzenlemeler yapılmasının ve kamu ile medyanın bu açıdan etkileşiminin artmasının fayda getireceği açıktır.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. (26 Temmuz 1997). Töre, Ahlak ve Etik. *Cumhuriyet Gazetesi*, s.5.
- Akdağ, Ç.T. ve Ulusoy, A. (2009). Basın Konseyleri: ABD, İngiltere, Bosna-Hersek ve Türkiye Örneği Bağlamında Şikâyet ve Kararların İncelenmesi. M. Yağbasan (Ed). *Medya ve Etik Sempozyumu: 07-09 Ekim 2009-Elazığ: Bildiriler*.(s.203-219). Elazığ: Karınca Yayınları
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralı*. Ankara: Bilgi Yayınları.
- Aristoteles (1997). *Nikomakhos'a Etik*. (S.Babür, Çev.). Ankara. Bilgesu Yayıncılık.
- Arslan, A. (1996). *Felsefeye Giriş*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Aster, E. (2005). *İlk Çağ ve Orta Çağ Felsefe Tarihi* (Vural Okur, Çev.) İstanbul: İm Yayınları.
- Atatunç, C. (2006). *Ahlak ve Etik Değerlerin Çağdaş Basına Yansımaları*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Aydın, Erdem. (2001). Tıp Etiğinde Temel İlkeler. S.Soyal (Ed.). *I. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Kitabı: Ocak 2003- Ankara: Bildiriler* (s.133-137). Ankara: ODTU Yayını.
- Aydın, İ.P. (2003). *Eğitim ve Öğretimde Etik*. Ankara: Pegem Yayınevi.
- Aydın, İ.P.(t.y.). *Kamuda Etik*. TBMM Etik Komisyonu Belgesi. Erişim: 29.12.12 http://www.tbmm.gov.tr/etik_komisyonu/belgeler/makale_KamudaEtik-InayetAydin.pdf
- Banar, S. (2006). Türkiye’de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımına Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15. s. 125-138. Erişim: 15.05.2013. <http://sbe.dumlupinar.edu.tr/15/125-138.pdf>
- Basın Niye Kendini denetlemeli?. (1998, 19 Eylül). *Hürriyet Gazetesi*, Erişim: 15.05.2013. <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/printnews.aspx?DocID=-39066>
- BBC. (t.y.). Erişim: 15.05.2013. <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/guidelines/>
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (1998). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. (Nurçay Türkoğlu, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bilgin, D. (Kasım,2007). *Meslek İlkeleri ve Mesleki Etik*. [Bildiri]. II. SMM Sempozyumu, Antalya.

- Bodur, F. (2006). Haber Yazısı ve Haber Fotoğrafı Örnekleriyle“Yazılı Basında Etik” Sorgulaması. *Küresel İletişim Dergisi*, 1(2). Erişim: 25.11.2012. <http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/>
- Bülbül, R. (2000). *İletişim ve Etik*. Konya: Damla Ofset.
- Büyükbalbal, C.I. (2004). Basında Etik Anlayışı. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20, 49-53.
- Cevizci, A. (2002). *Etiğe Giriş*. İstanbul: Paradigma Yayınları
- Cihan, M. (2004). John Locke'nin Ahlak Üzerine Düşünceleri. [Elektronik Sürüm]. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10, 99-114.
- Conseil Supérieur de L'audiovisuel. (t.y.). Erişim: 15.03.2013. <http://www.csa.fr/en/The-CSA/An-Independent-Authority-to-Protect-Audiovisual-Communication-Freedom>
- Cuilenburg, J.V. (2009). Televizyon Haberciliğinde Etik. (Ed. Çaplı, B ve Tuncel, H.). [Elektronik Sürüm]. *Medya ve Demokrasi*.(s.99-214). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Çalık, T. ve Sezgin, F. (2005). Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim. [Elektronik Sürüm]. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 13(1), 55-66.
- Çilingir, L. (2003). *Ahlak Felsefesine Giriş*. Ankara: Elis Yayınları.
- Eraş, D. (2007). *Ahlak Felsefesinden Ahlak Bilimine: Emile Durkheim*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Erdoğan, İ. (1999). *Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği*. K. Alemdar (Ed.). *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. Ankara: TUSES. (s. 33-43) Erişim: 5.1.2013. <http://www.irfanerdogan.com/makaleler1/dorduncu.htm>
- Erdoğan, İ. (2006) . Medya ve Etik: Eleştirel Bir Giriş. [Elektronik Sürüm]. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23,1-26.
- Eren, Ş. (2006). *Platon ve Aristoteles'in Etik Anlayışlarının Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Ergün, H. ve Gül, K. (2005). Muhasebe Mesleği Etik Kuralları ve Bu Kuralların Meslek Mensuplarınca Algılanışı. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 25, 144-154.
- Eryılmaz, T. (Ocak,1999). Gazeteci Kendine de Sormalı. *Birikim Dergisi*, 117. Erişim: 5.1.2013. <http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=108&dyid=2520>

- Evers, H. (2009). Televizyon Haberciliğinde Etik. (Ed. Çaplı, B ve Tuncel, H.). [Elektronik Sürüm]. *Medya Etiği*.(s.45-59). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Genç, A. (1998). Türk Televizyon Habercisinde Etik Sorunlar [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*. 7, 357-379.
- Girgin, A. (2007). Yazılı İletişimde Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 27, 47-62.
- Gülsünler, M.E. (Temmuz,2009). *İletişim Etiği ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı*. [Bildiri]. 5. Kültür Araştırmaları Sempozyumu: Medya ve Kültür, Zonguldak.
- Gürel, N. (2000). Etik ve Çıkar Çatışmasında Medya. *Türkiye ve Almanya'da Gazetecilikte Etik.XIV. Alman Türk Gazetecilik Semineri: 2000-Ankara: Bildiriler*.(s.34-41). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını.
- Gürel, N. (2008). Gazetecilik Meslek İlkeleri ve Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, *Türkiye'de Bireysel Silahsızlanma ve Şiddet Haberleri yerel Medya Semineri: Kasım:2008- Antakya: Bildiriler* (s.13-14). İstanbul: Umut Vakfı Yayınları.
- Güven, Ö. (2009). Yeni Küresel Medya Ortamında Habercilik Anlayışı ve Etik. M. Yağbasan (Ed.). *Medya ve Etik Sempozyumu: 07-09 Ekim 2009-Elazığ: Bildiriler*.(s.25-32). Elazığ: Karınca Yayınları.
- Güven, T. ve Ersoy, N. (2000). Tıp Etiğinde Yeni Bir Yaklaşım: Erdemler [Elektronik Sürüm]. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics*, 8(1), 51-59.
- Hatcher, T. (2004). Environmental Ethics As An Alternative For Evaluation Theory In For Profit Business Contxt. *Evaluation And Program Planning*, 27, 357-363. Erişim: 25.11.2012, ScienceDirect.
- Howard, R. (2002). *An Operational Framework For Media and Peacebuilding*. Canada: Institue For Media, Policy and Civil Society Press.
- İlkiz, F. ve Günaydın, B. (2006). Kişilik Hakları- Medyada Etik ve Yargı Kararları. *Küresel İletişim Dergisi*, 1(2), s.1-15. Erişim: 15.05.2013. <http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/>
- İnal, A. (2009). Televizyon Haberciliğinde Etik. (Ed. Çaplı, B ve Tuncel, H.). [Elektronik Sürüm]. *Tarihsel Gelişimi İçinde Gazetecilik Etiğini Yeniden Düşünmek*.(s.27-44). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- İrvan, S. (2005). Medya ve Etik. S. Alankuş. (Ed.). *Medya, Etik ve Hukuk*. (s.61-108). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

- İşbir, B. (2007). Kamu Hizmeti İlkeleri Işığında Özel Radyo-Televizyon Yayıncılığının Değerlendirilmesi. [Elektronik Sürüm]. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 11(1-2), 815-835.
- Karadağ, V. (2012). *Görsel-İşitsel Medyada Denetim Biçimleri*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. [Elektronik Sürüm]. *Ahmet Yasevi Üniversitesi Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi (Bilig)*, 34, 1-13.
- Koç, A. (2007). *RTÜK Kararları Çerçevesinde Türkiye Televizyon Haberciliğinde Etik*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Koloğlu, O. (1999). Türkiye’de Basın Meslek İlkelerinin Evrimi. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*. 5, 71-83.
- Kucuradi, İ. (2003). Etik ve “Etikler”. *Türkiye Mühendislik Haberleri*, 423, 7-9.
- Limor, Y.H. (2006). Gazetecilik ve Ek İş: Uluslar arası 242 Etik İlkenin Karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 23. s.151-160. Erişim: 15.05.2013. <http://irfanerdogan.com/dergiweb2008/23/Yehiel.pdf>
- MEB. (2006). *Meslek Etiği*. Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi. (MEGEP). Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı. Erişim: 29.12.12 http://hbogm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/meslekgelisim/moduller/meslek_etigi.pdf
- Melek, S. (2009). Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün Medya ve Etik Bağlamında Önerileri. M. Yağbasan (Ed.). *Medya ve Etik Sempozyumu: 07-09 Ekim 2009-Elazığ: Bildiriler*. (s.25-32). Elazığ: Karınca Yayınları
- Milliyet Gazetesi. (1986). *Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi*. İstanbul: Milliyet Gazetesi Yayınları.
- Murdoch Skandalı (2007, 27 Mayıs). *Hürriyet Gazetesi*. Erişim: 06.06. 2013 <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/6549099.asp>
- Nash, L. (1993). *Good Intentions Aside, A Managers Guide To Resolving Ethical Problems*. Boston: Harvard Business Press.
- National Syndicate of French Journalists. (t.y.). Erişim: 15.05.2013. http://ethicnet.uta.fi/france/charter_of_the_professional_duties_of_french_journalists
- NTV’den Özür: Eleştiriler Haklı (2013, 4 Haziran). *Radikal Gazetesi*. Erişim: 06.06.2013 http://www.radikal.com.tr/turkiye/ntvden_ozur_elestiriler_hakli-1136260

- OECD (1996). Effective Communications Between the Public Service and the Media. [Elektronik Sürüm]. *Sigma Papers*, No. 9, OECD Publishing.
- Önür, N ve Çatalcalı, A. (2001). Medyanın Demokratikleşmesi Sürecinde Küresel ve Ulusal Medya Uzamlarında Etik: İkiz Kuleler Örnek Olayı. S.Soyal (Ed.). *I. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Kitabı: Ocak 2003- Ankara: Bildiriler* (s.239-246). Ankara: ODTU Yayını.
- Örs, F. (2010). Küresel Medya Ortamında Yaşanan Etik Sorunlar ve Uluslararası Düzenlemeler. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3443-3452. Erişim: 5.1.2013, http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:yXOjjQuKNogJ:scholar.google.com/&hl=tr&as_sdt=0
- Örs, Y. (2001). Uygulamalı Etik, Uygulamasız Etik ve Felsefe Yapmanın Etiği. S.Soyal (Ed.). *I. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Kitabı: Ocak 2003- Ankara: Bildiriler* (s.247-254). Ankara: ODTU Yayını.
- Özdemir, S. (2006). *Türk Medyasındaki Gazetecilerin Medya Etiğine Yaklaşımları: İstanbul Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Özgen, M. (1998). *Kurumsal-Kuramsal ve Tarihsel Açından: Gazetecinin Etik Kimliği*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Özgen, M. (2005). Cumhuriyet Döneminde Türkiye de Mesleki Örgütler Bağlamında Basın Etiği ve Uygulamanın Tarihi. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*. 22, 13-24.
- Özkaya, B.I. (2003). Medya Etiği ve Kuramsal Yaklaşımlar. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 123:135.
- Özkorkut, N.Ü. (2002). Basın Özgürlüğü ve Osmanlı Devletindeki Görünümü. [Elektronik Sürüm]. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 51(3), 65-84.
- Özlem, D. (2004). *Bütün Eserlerine Doğru-12*. İstanbul: İnkılap Yayınları
- Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş* (Veysel Atayman, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Press Complaints Commission. (t.y.). Erişim:15.05.2013.<http://www.pcc.org.uk/cop/practice.html>
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (2011). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 2011 Yılı Faaliyet Raporu. Erişim: 15.05.2013, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=cd348452-8d67-47be-ad8e-5795dd77705a
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. (t.y.). Erişim: 15.03.2013. <http://www.rtuk.org.tr/>

- Reyhanlı Patlamalarına Yayın Yasağı. (2013, 12 Mayıs). Radikal Gazetesi. Erişim: 15.05.2013http://www.radikal.com.tr/turkiye/reyhanli_patlamalarına_yayin_yasagi-1133131
- Robinson, F. (2013, 19 Mart). İngiltere’de Medya Nereye Gidiyor?. <http://www.acikgazete.com/soylesi/2013/03/19/ingiltere-de-medya-nereye-gidiyor.htm>
- RTÜK Hangi Kanalları Yandaş Medya Olarak İlan Etti?. (2010, 2 Ağustos). Medya Faresi Haber Sitesi. Erişim: 15.03.2013. <http://www.medyafaresi.com/haber/45048/medya-rtuk-hangi-kanallari-yandas-medya-olarak-ilan-etti.html>
- Saraç, Y. (2011). *Televizyon Haberlerinde İnsan Onuru ve Temel İnsan Haklarına Saygı*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Sayımer, İ. (2006). Halkla İlişkiler Etiğinde Öne Çıkan Modellerin Etik Sistemler Açısından Değerlendirilmesi. *Küresel İletişim Dergisi*, 1(2). Erişim: 25.11.2012.<http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/>
- Taş, O. (2009). Televizyon Haberciliğinde Etik. (Ed. Çaplı, B ve Tuncel, H.). [Elektronik Sürüm]. *Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi*.(s.3-23). Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- TC Anayasası (1982). Erişim: 15.05.2013http://www.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2011.pdf
- TEPAV (2009). *Hanehalkı Gözünden Kamu Hizmetleri ve Yolsuzluk*. Erişim: 2.06.2013. <http://www.tepav.org.tr/tur/admin/dosyabul/upload/kamuhizmetleri.pdf>
- Tiryaki, R. (2002). Bağımsız İdari Kurum Olarak RTÜK. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 51(4), 171-205.
- Türk Ceza Hukuku Derneği. (t.y.). Erişim: 15.05.2013, <http://www.tchd.org.tr/MenuContent.aspx?id=136>
- Türk Dil Kurumu.(2012). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim: 25.11.2012. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50b26c3ecaa678.72091341
- Türkiye Basın Konseyi. (t.y.). Erişim: 15.05.2013. <http://www.basinkonseyi.org.tr/>
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. (t.y.). Erişim: 15.05.2013. <http://www.tgc.org.tr/>
- Uluç, G. (2003). Türk Medyasında Etik Sorunlar: Örnek Olaylar ve Öneriler. S.Soyal (Ed.). *I. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi Kitabı: Ocak 2003- Ankara: Bildiriler* (s.312-334). Ankara: ODTU Yayını.

- Uslu, İ. (2011). *Televizyon Yayıncılığında Kamu Hizmeti Yayıncılığı*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*. [Elektronik Sürüm]. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.
- Ünlüer, A.O. (2006). Medyada Etik Söylem ve Medya Etiğini Biçimleyen Temel Belirleyiciler Üzerine Bir Değerlendirme. *Küresel İletişim Dergisi*, 1(2), 1-15. Erişim: 25.11.2012. <http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/>
- Wikipedia (2013). *2013 Taksim Gezi Parkı Protestoları*. Erişim.06.06.2013 http://tr.wikipedia.org/wiki/2013_Taksim_Gezi_Park%C4%B1_protestolar%C4%B1
- White, A. (2008). *To Tell You The Truth: The Ethical Journalism Initiative*. Belgium: International Federation of Journalists Int. Press Center.
- Yalçın, F. (2012). *RTÜK Kararları Çerçevesinde Televizyon Yayınlarında Şiddet*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Yalçın, N. (2011). *Radyo ve Televizyon Alanının Düzenlenmesi ve Denetlenmesinden Sorumlu Kurulların Özerkli ve Bağımsızlığı*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Yami, V.Ş. (2009). Dijital Manipülasyon ve Medya Etiği. M. Yağbasan (Ed). *Medya ve Etik Sempozyumu: 07-09 Ekim 2009-Elazığ: Bildiriler*.(s.49-62). Elazığ: Karınca Yayınları.
- Yapar, A. (1997). Basında Etik. [Elektronik Sürüm]. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi*. 4, 15-33.
- Yayla, A. (2005). Eğitim Kavramının Etik Açısından Analizi. [Elektronik Sürüm]. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1).
- Yıldız, A. (2003). *Bir Düzenleyici Kurul Analizi: Radyo Televizyon Üst Kurulu*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Yılmaz, P. (2011). *Görsel İşitsel Medyada İfade Hürriyeti ve Sınırlandırılması*. Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Kurumu, Ankara.

EKLER

EK-1 : ABD PROFESYONEL GAZETECİLER DERNEĞİ ETİK İLKELERİ

“ABD profesyonel Gazeteciler Derneği Etik ilkeleri

Profesyonel Gazeteciler Derneği üyeleri, kamuyu aydınlatmanın, adaletin önceli ve demokrasinin temeli olduğuna inanırlar. Gazetecinin görevi, gerçeği arayarak ve olaylarla sorunlar hakkında adil ve kapsamlı açıklamalar sağlayarak bu amacı gerçekleştirmektir. Tüm medyadaki ve özel nitelikli yayın organlarındaki vicdanlı gazeteciler, kusursuz ve dürüst davranarak kamuya hizmet etmeye çabalarlar. Derneğin üyeleri etik davranışa bağlılığı paylaşırlar ve aşağıdaki ilkeleri benimserler.

Gerçeği Ara ve Aktar

Gazeteciler enformasyon toplarken, aktarırken ve bu enformasyonu yorumlarken dürüst, adil ve cesaretli olmalıdırlar.

Gazeteciler;

- Tüm kaynaklardan elde edilen bilgilerin doğruluğunu araştırmalı ve dikkatsizlikten kaynaklanan hatalardan kaçınmak için çaba göstermelidirler. Bilinçli çarpıtmalara asla izin verilemez.
- Haberlere konu olan kişilere, kendilerine ilişkin suçlamalara yanıt verme fırsatı sağlamak için gayretli bir şekilde ulaşılmaya çalışmalıdırlar.
- Kaynakları mümkün olduğunca belirtmelidirler. Kamuoyu, kaynakların güvenilirliği konusunda bilgi edinme hakkına sahiptir.
 - Kaynağı gizleme sözü vermeden önce kaynağın gerçek niyetini daima sorgulamalıdırlar. Bilgi karşılığında yapılan vaatlere ilişkin koşulları açıklığa kavuşturmalıdırlar. Sözlerine sadık kalmalıdırlar.
- Haber başlıklarının, haber duyurularının, promosyon materyallerinin, fotoğrafların, görüntülerin, seslerin, grafiklerin ve alıntılarının doğruları temsil ettiğinden emin olmalıdırlar. Olayları bağlamlarının dışına çıkarmamalı veya basitleştirmemelidirler.
- Haber fotoğraflarının veya görüntülerinin içeriğini asla çarpıtmamalıdırlar. Teknik berraklık açısından görüntüyü büyültmek hoş görülebilir. Montajlar ve resimli betimlemeler açıkça belirtilmelidir.
- Aldatıcı canlandırmalardan veya kurmaca haberlerden kaçınmalıdırlar. Eğer bir olayı anlatmak için canlandırma gerekliyse, canlandırma olduğunu belirtmelidirler.
- Kamu açısından yaşamsal değere sahip enformasyonu geleneksel yöntemlerle elde etmek mümkün olduğu sürece, kimlik gizlemek veya diğer hileli yöntemlere başvurmadan kaçınmalıdırlar. Bu tür yöntemler kullanmışlarsa haberde bunun nedenini açıklamalıdırlar.
- Asla aşırma yapmamalıdırlar.

- Genel kabul görmese bile, habere konu olan insani deneyimleri tüm boyutlarıyla ve başkalıklarıyla birlikte cesaretle söylemelidirler.
- Kendi kültürel değerlerini sorgulamalı ve bu değerleri başkalarına empoze etmekten kaçınmalıdırlar.
- Irk, cinsiyet, yaş, din, etnik kimlik, coğrafya, cinsel eğilim, sakatlık, fiziksel görünüm ya da toplumsal statüye ilişkin basmakalıp yargılardan kaçınmalıdırlar.
- İğrenç olduğunu düşünseler bile her türlü fikrin serbestçe değişimini desteklemelidirler.
- Sessizlerin sesi olmalıdırlar; resmi ve gayri resmi enformasyon kaynakları eşit derecede geçerli kaynaklar olabilirler.
- Haberi ve destekleyici yorumu birbirinden ayırmalıdırlar. Analiz ve yorumlar açıkça belirtilmeli ve bunlar gerçeği veya bağlamı çarpıtmamalıdırlar.
- Haberleri reklamlardan ayırmalı ve ikisi arasındaki çizgiyi bulanıklaştıran haber-reklamlardan kaçınmalıdırlar.
- Kamusal işlerin usulüne uygun yürütüldüğünü ve hükümet kayıtlarının denetime açık olduğunu sağlamanın görevleri arasında bulunduğunu unutmamalıdırlar.

Zararı En Aza İndir

- Etik değerlere bağlı gazeteciler, kaynaklara, haberlere konu olan kişilere ve meslektaşlarına saygılı davranırlar.
Gazeteciler;
- Haberlerden olumsuz biçimde etkilenebilecek kişilere karşı sevecen olmalıdırlar. Çocuklar ve deneyimsiz kaynaklar ya da kişilere ilişkin haberlerde özel duyarlılık göstermelidirler.
 - Bir faciadan ya kazadan etkilenen kişilerle röportaj yapmak veya bu kişilerin fotoğrafını çekmek gerektiğinde duyarlı olmalıdırlar.
 - Haber toplama ve aktarmanın zarara ya da rahatsızlığa yol açabileceğini bilmelidirler. Haber takip etmek küstahlık yapmaya ruhsat vermez.
 - Özel kişilerin kendilerine ilişkin bilgiler üzerinde, kamu görevlilerinden ve iktidara talip olan, etkide bulunmak isteyen ya da dikkat çekmeye çabalayan kişilerden daha fazla denetim hakkına sahip olduklarını kabul etmelidirler. Bir kişinin özel yaşamına müdahale, sadece çok önemli bir kamusal çıkar söz konusu olduğunda haklı görülebilir.
 - İyi niyetli olmalıdırlar. Sansasyon yaratma meraklarını gidermeye çalışmamalıdırlar.

- Çocuk yaştaki sanıkların ve tecavüz kurbanlarının kimliklerini açıklamaktan özenle kaçınmalıdırlar.
- Resmi suçlamalar öncesinde suç sanıklarının kimliklerini belirtirken dikkatli olmalıdırlar.
- Sanıkların adil yargılanma hakkını, halkın bilgilenme hakkıyla dengelemelidirler.

Bağımsız Davran

Gazeteciler, kamunun bilme hakkı dışında hiçbir çikara karşı yükümlü olmamalıdırlar. Gazeteciler;

- Her tür çikar çatışmalarından kaçınmalıdırlar.
- Dürüstlüklerini tehlikeye sokacak veya güvenilirliklerine zarar verebilecek ilişkilerden ve etkinliklerden kaçınmalıdırlar.
- Armağanları, iyilikleri, biletleri, bedava gezileri ve özel muameleleri reddetmeli, gazeteci dürüstlüğünü zedeleyebilecek ikinci iş, siyasal bağlantı, kamu görevi ve sivil toplum örgütlerinde hizmet gibi işlerden kaçınmalıdırlar.
- Kaçınılması mümkün olmayan çatışmaları açıklamalıdırlar.
- İktidara sahip olanları sorumlu tutma konusunda uyanık ve cesaretli olmalıdırlar.
- Reklamcıların ve özel çikar çevrelerinin kendi lehlerinde haber beklentilerini reddetmeli, bunların haberler üzerinde etkide bulunmalarına karşı koymalıdırlar.
- Para ya da iyilik karşılığı bilgi önerenlerden sakınmalıdırlar; haber için açık artırmaya girmekten kaçınmalıdırlar.

Sorumlu Ol

Gazeteciler okurlarına, dinleyicilerine, izleyicilerine ve birbirlerine karşı sorumludurlar.

Gazeteciler;

- Haber süreçlerini aydınlatmalı ve açıklamalı, gazetecilik davranışı konusunda kamuyu tartışmaya davet etmelidirler.
- Kamuyu, medyadan duydukları rahatsızlıkları dile getirmeye teşvik etmelidirler.
- Hatalarını kabul etmeli ve bunları derhal düzeltmelidirler.
- Gazetecilerin ve medyanın etik dışı pratiklerini sergilememelidirler.
- Başkalarını sorumlu tuttıkları aynı yüce ilkelere kendileri de uymalıdırlar.” (İrvan, 2005:103-107).

EK-2: TÜRKİYE GAZETECİLER CEMİYETİ GAZETECİNİN HAK VE SORUMLULUKLARI BİLDİRGESİ

“ GİRİŞ:

Aşağıda tanımını yapıldığı üzere her gazeteci ve basın - yayın organı, gazetecinin haklarını savunmalı ve meslek ilkelerine uymalı ve uyulmasını gözetmelidir.

Basın yayın organları yöneticileri; genel yayın yönetmeni yahut müdürü, yazı işleri müdürleri yahut sorumlu müdürler, sıfatları ne olursa olsun, kuruluşlarında görevli gazetecilerin meslek ilkelerine uygun hareket etmesinden sorumludur.

Gazetecinin hakları, halkın haber alma hakkının ve ifade özgürlüğünün; meslek ilkeleri ise dürüst ve doğru iletişimin temelidir.

Meslek ilkeleri gazetecinin ve basın - yayın organlarının özdenetimini öngörür ve değerlendirme mercii öncelikle vicdanlardır.

A. İnsan ve yurttaş hakkı:

Herkes, bilgi edinme ve haber alma, özgür düşünce ve çeşitli iletişim yollarıyla bunu ifade ile serbest eleştiri hakkına sahiptir.

Düşünce ve ifade özgürlüğünün kullanılmasının temel yolu olan basın ve yayın özgürlüğü temel insan haklarındandır.

Bu hakların demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olması esastır.

B. Gazeteci tanımı:

Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir.

Basın ve yayın alanındaki her işletme, bu tanıma uygun çalıştırdıkları gazetecileri, kanunların gazetecilere tanıdığı haklardan yararlandırmak zorundadır.

C. Gazetecinin sorumluluğu:

Gazeteci, basın özgürlüğünü, halkın doğru ve dürüst haber alma, bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde kullanır. Bu amaçla her türlü sansür ve oto-sansürle mücadele etmeli, halkı da bu yönde bilgilendirmelidir.

Gazetecinin halka karşı kamusal sorumluluğu, başta işverenine veya kamu otoritelerine karşı olmak üzere, diğer tüm sorumluluklardan önce gelir.

Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır. Gazeteci, iletmediği haber ve bilginin sorumluluğunu taşır ve paylaşır.

Gazetecinin özgürlüğünün içeriğini ve sınırlarını, öncelikle sorumlulukları ile meslek ilkeleri belirler.

D. Gazetecinin hakları:

1. Gazeteci tüm bilgi kaynaklarına serbestçe ulaşma ve kamu yaşamını belirleyen, halkı ilgilendiren tüm olayları izleme, araştırma hakkına sahiptir.

Kamusal ve özel tüm işlerde, gazetecinin karşısına çıkarılacak gizlilik ve sır gibi engeller, açık ve ikna edici gerekçelere sahip olmalıdır.

2. Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede de kaydedilen temel çizgisini dikkate alır.

O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen yahut orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatları reddetme hakkına sahiptir.

3. Gazeteci, inanmadığı bir görüşü savunmaya veya meslek ilkelerine aykırı bir iş yapmaya zorlanamaz.

4. Gazeteciler, özellikle de yazı işleri çalışanları, basın - yayın işletmesinin işleyişini belirleyen, etkileyen önemli kararlardan haberdar edilmeli ve gereğinde kararların alınmasına katılmalıdır.

5. İşlevi ve sorumlulukları ışığında, gazeteciler örgütlenme hakkının yanısıra görevinin maddi ve manevi güvencesini sağlayan bir kişisel sözleşme yapma ve ekonomik bağımsızlığını garantiye alacak şekilde, toplumsal rolüne ve emeği ile yeteneğine uygun bir ücret alma haklarına sahiptir.

6. Gazeteci, kaynakların gizliliği ilkesi uyarınca, kaynağını açıklamaya ve tanıklık yapmaya zorlanamaz. Kaynağı tarafından açıkça yanıltıldığı durumlar bunun istisnasıdır.

E. Gazetecinin temel görevleri ve ilkeleri:

1. Halkın gerçekleri ve doğruları bilme hakkı adına, gazeteci kendi açısından sonuçları ne olursa olsun, gerçeklere ve doğrulara saygı duymak ve uymak zorundadır.

2. Gazeteci bilgi ve haber alma, yorum yapma ve eleştirme özgürlüklerini ne pahasına olursa olsun savunur.

3. Gazeteci, başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur. Irk, etnisite, cinsiyet, dil, milliyet, din, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığı yapmadan tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. İnsanlar, topluluklar ve uluslar arasında nefreti, düşmanlığı körükleyici yayından kaçınır.

Bir ulusun, bir topluluğun ve bireylerin kültürel değerlerini ve inançlarını (veya inançsızlığını) doğrudan saldırı konusu yapamaz.

Gazeteci, her türden şiddeti haklı gösterici, özendirici ve kışkırtıcı yayın yapmamaya özen gösterir.

4. Gazeteci, kaynağını bilmediği bilgi ve haberleri yayınlamaz; kaynak açık olmadığında, yayınlamaya karar verdiği durumlarda da kamuoyuna gerekli uyarıları yapmak zorundadır. Ajanslardan alınan özel haberler kullanılırken kaynak belirtilmesine özen gösterilir.

5. Gazeteci temel bilgileri yok edemez, görmezlikten gelemez ve metinlerle belgeleri değiştiremez, tahrif edemez. Yanlış, yanıltıcı ve tahrif edilmiş yayın malzemesi kullanmaktan uzak durur.

6. Gazeteci, bilgi, haber, fotoğraf, görüntü, ses, belge elde etmek için yanıltıcı yöntemler kullanamaz.

7. Gazeteci, kamuya mal olmuş bir şahsiyet bile olsa, halkın haber alma, bilgilenme hakkıyla doğrudan bağlantılı olmayan hiç bir amaç için, izin verilmedikçe özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal edemez.

8. Gazeteci, basılmış, yayınlanmış her yanlışı en kısa sürede düzeltmekle yükümlüdür.

Gazeteci, cevap hakkına saygılı olmalıdır.

9. Gazeteci, kendisine güvenilerek verilmiş bilgilerin, belgelerin kaynaklarını, kendileri izin vermediği sürece, mesleki gizlilik ilkesi uyarınca, hiç bir şekilde açıklamaz.

10. Gazeteci, intihal (aşırma), iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipülasyon, söylenti, dedikodu ve mesnetsiz suçlamalardan kesinlikle uzak durur.

11. Gazeteci, bir bilginin, haberin yayını yahut yayınlanmaması karşılığı hiçbir maddi veya manevi avantajın peşinde olamaz. Gazeteci, devlet başkanından milletvekiline, iş adamından bürokratına kadar haber kaynağı olarak da kabul edilen kişi ve kurumlarla iletişimini meslek ilkelerini gözeterek yürütür.

12. Gazeteci, gazetecilik mesleğini, reklamcılıkla, halkla ilişkilerle veya propagandacılıkla karıştıramaz ve ilan - reklam kaynaklarından herhangi bir telkin, tavsiye alamaz, maddi çıkar sağlayamaz.

13. Gazeteci, ne konuda olursa olsun, elde ettiği bilgileri geniş biçimde yayın konusu yapmadan kendi menfaati için kullanamaz. Mesleğini, ne şekilde olursa olsun, (kanunların ve yönetmeliklerin kendisine tanıdığı hakların dışında) ayrıcalıklar kazanmak amacıyla kullanamaz.

14. Gazeteci, her ne amaçla olursa olsun, tehdit ve şantaj gibi yöntemlerle mesleğini ve kendisini kullandırmaz, bunlara başvuramaz.

15. Gazeteci her türlü baskıyı reddeder ve çalıştığı basın - yayın organındaki yöneticileri dışında kimseden işiyle ilgili talimat alamaz.

16. Gazeteci sıfatını taşımayı hak eden herkes meslek ilkelerine de en yüksek seviyede uymayı taahhüt eder ve ülkesindeki kanunlara saygılı olmakla birlikte, hükümet ve benzeri kurumların müdahalelerine kapalıdır. Mesleki olarak sadece meslektaşlarının ve kamuoyunun değerlendirmeleri ile bağımsız yargı organlarını dikkate alır.

Gazeteci, devleti yönetenlerin belirlediği ulusal ve uluslararası politikalar konularında bazı önyargılara değil, halkın haber alma hakkına öncelik verir. Onu meslek ahlakı, gazeteciliğin temel ilkeleri ve özgürlükçü demokrasi kaygıları yönlendirir.

GAZETECİNİN DOĞRU DAVRANIŞ KURALLARI

(Hak ve sorumluluk bildirgesine ek)

Haber-Yorum:

Salt haberle yorum ve görüş ayrımı açık yapılmalı, okurun ve izleyicinin neyin haber, neyin yorum olduğunu kolayca seçebilmesini sağlamalıdır.

Fotoğraf - Görüntü:

Fotoğraf yahut görüntünün güncel olup olmadığı açık biçimde belirtilmeli, canlandırma görüntülerde de bu, seyircinin fark edebileceği biçimde ifade edilmelidir.

Haber - İlan (Reklam) :

Haber ve yorum metinleri yahut görüntüleri ile İlan - Reklam amaçlı metinlerin ayrımı hiç bir karışıklığa yer bırakmayacak ölçüde yapılmalıdır.

Yargı:

Hazırlık soruşturması sırasında soruşturmayı zaafa uğratan, yönlendiren tarzda haber verilmesinden kaçınılmalıdır. Yargılama sürecinde de haberler her türlü ön yargıdan uzak ve kesinlikle doğruluğundan emin olunarak sunulmalıdır. Gazeteci yargı sürecinde taraf olamaz. Ne haberin verilişinde, ne de başlık ve benzeri sunuşlarda.

Mahkeme kararı kesinleşmedikçe, bir zanlı veya sanık suçlu ilan edilemez. Haberlerde ve yorumlarda suçluymuş gibi değerlendirmeler yapılamaz.

Çocuk:

Çocuklarla ilgili suçlarda ve cinsel saldırılarda sanık, tanık ya da mağdur (maktul) olsun, 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğrafları yayınlanamaz.

Çocuğun kişiliğini ve davranışlarını etkileyebilecek durumlarda, gazeteci, bir aile büyüğünün yahut çocuktan sorumlu bir başkasının izni olmaksızın çocukla röportaj yapmaz ve görüntüsünü almaya çalışmaz.

Cinsel saldırılar:

Cinsel saldırı mağdurlarının fotoğrafları, görüntüleri veya kimlikleri, açık kamu yararı olmadıkça yayınlanamaz.

Kimlik veya özel durum:

Açık kamu yararı olmadıkça ve olayla doğrudan ilgisi, bağlantısı bulunmadıkça, bir insanın davranışı veya işlediği suç, onun ırkına, milliyetine, dinine, cinsiyetine, cinsel eğilimine, hastalığına yahut fiziksel, zihinsel özürle olup olmasına dayandırılmaz. Kişinin bu özel durumu, alay, hakaret, önyargı konusu yapılamaz.

Sağlık:

Sağlık konusunda sansasyondan kaçınmalı, insanları umutsuzluğa yahut sahte umutlara sevkedecek yayın yapılmamalıdır. İlaç tavsiyesinde mutlaka uzmana danışmalıdır.

Hastanelerde araştırma yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmek ve girilmesi yasak bölümlere ancak yetkililerin izniyle girmek zorundadır.

Aynı şekilde yetkilinin, hastanın yahut yakınının izni olmaksızın hastane ve benzeri kurumlarda her türlü yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.

Hediye:

Kararlarla ve yayımlarla ilgili önyargı, kuşku yaratacak her cinsten kişisel hediye ve maddi menfaat reddedilmelidir.

Müessese Çıkarı:

Gazetecinin bir basın - yayın organındaki işlevini "Hak ve Sorumluluk" bildirgesindeki hakları, sorumlulukları ve görevleri belirler. Gazeteci, bu mesleki çerçeve ile yayın organının çizgisi dışında, müessese çıkarı söz konusu olsa dahi, hiçbir faaliyete gönüllü yahut zorla katılamaz.

Özeleştiri:

Gazeteci ile basın - yayın organları, tekzip ve cevap hakkı gibi zorunlulukların dışında da, yanlışları düzeltmek ve özeleştiri yapmakla yükümlüdür.

Taraf olma:

Gazeteci ve yayın organı, her ne nedenle ve her ne biçimde olursa olsun, taraf oldukları bir olaydaki konumlarını kamuoyuna açıkça belirtmelidir.

Yayın organı yahut yorumcu, siyasi, ekonomik ve toplumsal tercihlerinin doğrultusunda yayın yapabilir. Bu durumda da bu tavır açıkça ortaya konulmalı, ayrıca haber - olay ayırımı kesin biçimde yapılmalıdır.

Özel hayat:

Çerçeveyi, "Bildirge"nin ilgili maddesi çizer. Asıl olan kamu yararadır. Özel hayatın gizliliğinin geçersiz sayılabileceği başlıca konular şöyle sıralanabilir:

a) Büyük bir suç yahut yolsuzluk üstüne araştırma ve yayın

b) Toplumunu kötü etkileyici bir tutumla ilgili araştırma ve yayın

c) Toplumun güvenliğinin veya sağlığının korunması

d) İlgili kişinin sözleri yahut eylemleri sonucu halkın yanılmasının, yanıltılmasının veya yanlış yapmasının engellenmesi

Bu durumlarda dahi özel hayatın kamuya açılan kesiti mutlaka konuyla doğrudan ilgili olmalı veya ilgili kişinin özel hayatının onun kamusal faaliyetini de etkileyip etkilemediği gözetilmelidir.

Bilgi-Belge :

Doğrudan kamu yararı olmadıkça, sahibinin izni dışında belge, fotoğraf, ses yahut görüntü alınamaz.

Kamu çıkarı söz konusu olduğunda dahi, yukarıdakilerin başka hiçbir şekilde elde edilemeyeceğine kesin kanaat getirilmiş olması gerekir.

Yıldırma, tehdit, ısrar :

Gazeteci, bilgi veya görüntü almak için tehdit, şantaj gibi yıldırma yolları ile hırpalama, zorlama gibi yöntemlere başvuramaz.

Açık kamu yararı olmadıkça, gazeteci bilgi, ses ve görüntü için, muhatabı istemediği halde zorlayıcı olamaz ve özel hayatla ilgili mekanlarda izinsiz bulunamaz.

Haber için para :

Açık ve kesin kamu yararı olmadıkça, gazeteci belge yahut görüntü temini amacıyla, bir başka suçla ilgili sanık, tanık veya onların yakınlarına para veremez.

Sarsıcı durumlarda :

Üzüntü, sıkıntı, tehlike, yıkım, felaket ya da şok halindeki insanlar söz konusu olduğunda gazetecinin olaya yaklaşımı ve araştırması insani olmalı ve gizliliklere riayet edilerek duygu sömürsünden kaçınılmalıdır.

Suçlu yakınları :

Gazeteci, sanıkların yahut suçluların akrabalarını, yakınlarını, olayla ilgileri olmadıkça veya olanın doğru anlaşılması için gereği bulunmadıkça teşhir etmez.

Ekonomik, mali bilgi :

Kanunlarla yasaklanmış olmasa dahi, gazeteci elde ettiği ekonomik - mali bilgileri geniş biçimde yayınlamadan önce kendisinin yahut yakınlarının menfaati için kullanamaz.

Gazeteci, kendisinde ve yakınlarında bulunan hisse senedi ve benzeri mali araçlar konusunda, yayın organındaki sorumluları bu menkul kıymet sahipliği hakkında doğru bilgilendirmediği sürece yayın yapamaz.

Gazeteci, hakkında haber yahut yorum yazdığı ya da yakında yazacağı menkul veya gayri menkul kıymetlerin doğrudan veya dolaylı alım satımını yapamaz.

Ambargo:

Gazeteci, kendi çabasıyla elde etmedikçe, bir kaynağın verdiği bilgi veya belgenin yayınlanma tarihi konusunda onun arzusuna uyar. Gazeteci, röportaj, haber, yorum veya görüntü, yayın şekli ne olursa olsun, hazırladığı yayın organındaki sorumlular dışında, kaynağı da dahil kimseye denetletmekle yükümlü değildir.

Rekabet :

Gazeteci, rekabet nedeniyle de olsa, bir başka gazeteciye bilinçli ve açık, mesleki zarar vermekten kaçınır. Bir meslektaşının yayını engelleyici davranışlarda bulunamaz.

Özdeşleşme

Gazeteci, ihtisas alanı ne olursa olsun öncelikle gazetecidir. Polis muhabiri, polis yahut sözcüsü, spor muhabiri kulüp yöneticisi yahut sözcüsü, herhangi bir partiden sorumlu muhabir onun üyesi yahut sözcüsü gibi davranamaz, yayın yapamaz.” (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, t.y.)

EK-3 ANKET FORMU**MEDYA VE ETİK ANKET FORMU****Sayın Katılımcı,**

Bu anket, Hacettepe Üniversitesi'nde yürütülmekte olan "TÜRKİYE'DE MEDYA ETİĞİNE BAKIŞ" başlıklı yüksek lisans tezinin alan araştırması bölümünü oluşturmak amacıyla kullanılacaktır. Verdiğiniz önemli destek için şimdiden teşekkür ederim.

Özge Düzgün**Hacettepe Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü****Cinsiyetiniz:** Kadın () Erkek ()**Yaşınız:** 30 ve altı () 31-40 () 41-50 () 51+ ()**Kaç yıldır bu kurumda çalışmaktasınız?** 0-5 () 6-10 () 11-20 () 21+ ()

Haber okuma/dinleme sıklığınız: Her gün () Birkaç günde bir () Haftada bir () Ayda bir () Hiç
Aşağıdaki ifadelere katılma ya da katılmama derecenizi aşağıdaki tablodaki anlamlarına göre size uygun olan rakamı **daire içine alarak** belirtiniz.

Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	2	3	4	5

1	Türkiye'de basın yayın kuruluşlarının etik ve ilkeli yayın yaptığına inanıyorum.	1	2	3	4	5
2	RTÜK'ün TV kanallarına kestiği cezaları doğru buluyorum	1	2	3	4	5
3	Türkiye'de medya kuruluşlarının tarafsız ve bağımsız yayın yaptığına inanıyorum	1	2	3	4	5
4	RTÜK'ün yönetici iktidarlardan bağımsız hareket ettiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5
5	İktidarların basın yayın kuruluşlarını istedikleri biçimde yönlendirebildiğine inanıyorum.	1	2	3	4	5
6	Kamu yöneticilerinin, vatandaşları bilgilendirmek amacıyla basın yayın kuruluşlarını doğru bir biçimde kullandıklarını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
7	Türkiye'de RTÜK gibi denetleyici bir kuruluşun varlığını yararlı görüyorum.	1	2	3	4	5
8	Medya kuruluşlarının çeşitli biçimlerde, iktidarlara çıkar ilişkisi içinde olduğuna inanıyorum	1	2	3	4	5
9	Medya kuruluşlarının yaptığı yayınlara hiçbir surette devletin müdahalesini doğru bulmuyorum	1	2	3	4	5
10	Kamuda üst düzey yöneticilerin basın-yayın araçlarını bilgilendirme ve hizmet tanıtımı yapmak amacıyla etkili bir biçimde kullandığına inanıyorum.	1	2	3	4	5
11	Devlet kurumlarının hizmetlerini tanıtmak amacıyla yayın organlarına reklam vermesini olumlu karşılarım.	1	2	3	4	5
12	RTÜK'ün basın yayın kuruluşlarına yaptırım uygularken, eşit mesafede durduğunu düşünüyorum	1	2	3	4	5
13	Türkiye'de devlet tarafından internete ilişkin getirilen sınırlamaları ve erişim yasağını etik açıdan doğru buluyorum.	1	2	3	4	5
14	İnteraktif medya da denilen internet haberciliğinin etik açıdan devlet tarafından denetlenmesini uygun buluyorum.	1	2	3	4	5

