

İÇİNDEKİLER

1. İLETİŞİM

1.1. İşaretler

1.2. Yazının Bulunuşu

1.3. Baskı Makinesi ve Öteki İcatlar

1.4. Bilgi Toplumu

1.5. Terimleştirmeler

1.6. Tanımlar

1.7. MacBride Raporu'na Göre İletişim Tanımları

1.8. İletişimin Koşulları

1.9. İletişim Hakkı

1.10. İletişim (Basın) Özgürlüğü

1.11. Yasal Düzenlemeler

1.11.1. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi

1.11.2. İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi

1.11.3. UNESCO'nun 10 Temel İlkesi

1.11.4. T. C. Anayasası'nın İlgili Maddeleri

1.11.5. Basın Meslek İlkeleri Önsözü

1.11.6. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi

1.11.7. Sigma Delta Chi Yasası

1.11.8. Gazetecilik Kuralları

1.11.9. "Gazeteci Dikkat Et"

1.12. İletişim ve Kültür

1.13. İletişim ve Dil

1.13.1. Anlaşamama

1.13.2. Davranış Kalıpları, Dil ve Haber

1.14. İletişim ve Devlet

1.15. İyi İletişim Kurabilmek ve Empati

2. KİTLE İLETİŞİMİ

- 2.1. “Kitle” Kavramı ve İdeolojideki Değişim
- 2.2. Toplumsallaşma
- 2.3. Medyanın Gücü
- 2.4. İletişimin İşlevleri
- 2.5. Haber ve Öteki Malzemeler
- 2.6. Kitle İletişim Araçlarının Temel Özellikleri
- 2.6.1. Kurumsallaşma
- 2.6.2. Tekelleşme
- 2.6.2.1. Tekelleşmenin Sakıncaları
- 2.6.2.2. Çok Gazete Çok Ses mi?
- 2.6.2.3. Tekelleşme ve Yerel Basın
- 2.6.3. Yabancılaşma
- 2.7. Medya Etkisi

3. ULUSLARARASI İLETİŞİM

- 3.1. Telgrafın İcadı
- 3.2. Muhaberat Büroları (İletişim Ofisleri)
- 3.3. Uluslararası Haber Ajansları
- 3.4. İlk Haber Ajansı: “Havas Tercüme Bürosu”
- 3.5. Havas Ajansı (Agence Havas)
- 3.6. Uluslararası Haber Ajanslarının Tekelciliği
- 3.6.1. İşbirliği Anlaşmaları
- 3.6.2. Osmanlı’da Haber Ajansları
- 3.6.2.1. Osmanlı Telgraf Ajansı (1911-1914)
- 3.6.2.2. Osmanlı Milli Telgraf Ajansı (1914-1918)
- 3.6.2.3. Türkiye-Havas-Reuter Ajansı (1920-1922)
- 3.6.3. AP’nin (Associated Press) Ortaya Çıkışı
- 3.6.4. Yeni İşbirliği Anlaşmaları
- 3.6.5. İşbirliğinin Sonu
- 3.6.6. Emperyalist Ülkelerin Denetimi
- 3.6.7. AP’nin (Associated Press) Etkinliği
4. KÜRESELLEŞME (GLOBALLEŞME)
- 4.1. Küreselleşme ve Gelişmekte Olan Ülkeler

- 4.2. Küreselleşme ve Global Medya
- 4.3. ABD'nin Rolü ve Uluslararası Kuruluşlar
- 4.4. Global Medyaya Türkiye'deki Engeller
- 4.5. Küreselleşme-Yerelleşme
- 4.6. Emperyalizm
- 4.6.1. Emperyalizmin 5 Boyutu
- 4.6.2. Emperyalizm ve Kültürel Sömürgecilik

5. HABER

- 5.1. Haberin İşlevi
- 5.2. Haber Söylemi
- 5.3. Haber Değeri
- 5.4. Haber ve Yorum
- 5.5. Haber ve Eğitim
- 5.6. Haberlerin Genel Sınıflandırılması
- 5.7. Haber Toplama ve Araştırma
- 5.8. Habercilik
- 5.9. Haberin Öğeleri ve Tanımı
- 5.9.1. Gerçeklik (Doğruluk)
- 5.9.2. Yenilik (Güncellik)
- 5.9.3. İlginçlik (İlgi Uyandırma)
- 5.9.4. Önemlilik (Önemli Sayılma)
- 5.9.5. Anlaşılabilirlik (Anlam Taşıma)
- 5.10. Tarafsızlık (Nesnellik, Objektiflik)
- 5.10.1. Olguları Doğru Tanıma
- 5.10.2. İbni Haldun'un Önerileri
- 5.10.3. Taraflılıktan Kaçınma Kuralları (İlkeleri)
- 5.11. Bağımsızlık (Bağımlılık)
- 5.12. Haber Üretiminin Aşamaları ve 1K+5N
- 5.13. Haber: "Doğru, İyi ve Mantıklı Yazı"
- 5.14. Haberin Son Denetimi
- 5.15. Habercinin Altın Kuralları

6. GAZETECİLİK

6.1. Gazetecilik Mesleği

6.2. Gazetecinin Temel İlke ve Görevleri

6.3. Gazete

6.3.1. Osmanlı'da Gazete

6.3.2. Onyedinci Yüzyıl'ın Basın Sorunları

6.3.3. Kitap Kültürü ve Gazete

6.4. Gazeteci (Haberci)

6.5. Türkiye'de Gazeteci

6.6. "Örgüt"süzlük

6.7. Öteki Ülkelerde Gazeteci

6.8. Gazete Sahipleri

7. KAMUOYU

7.1. Anlam

7.2. Tarihi Süreç

7.2.1. Aydınlanma Dönemi

7.2.2. Jean Jacques Rousseau

7.2.3. "Gerçek Kanaat"

7.2.4. James ve Baldwin

7.3. Genellemeler

7.4. İki Değişik Görüş

7.5. Tanımlar

7.6. Kamuoyunun İşlevleri

7.7. Kanaat - Kamuoyu İlişkisi

7.8. Kamuoyunun Oluşması

7.9. Çevresel Ögeler ve Baskı Grupları

7.10. Kamuoyu - Siyaset İlişkileri

8. BASIN VE GÖREVLERİ

8.1. Toplumsal Sorumluluk ve İfade Özgürlüğü

8.2. ABD Basın Özgürlüğü Raporu

8.3. Basının Rolü (Kamuoyu Oluşmasına Katkı)

- 8.4. Propaganda
- 8.5. Türkiye’de Basınının Tutumu
- 8.6. Devletin İşlevi
- 8.7. Basın - İktidar İlişkileri
- 8.8. Basın ve Siyaset
- 8.9. Basının Dördüncü Güç Olma Özelliği

9. AHLAK BİLİMİ (ETİK)

- 9.1. Etik’in Kapsama Alanı
 - 9.1.1. W. G. Sumner
 - 9.1.2. Auguste Comte
 - 9.1.3. E. Durkeim
 - 9.1.4. Georges Gurvitch
- 9.2. Tanımlamalar
- 9.3. Ahlak Kuralları, Hukuk ve Din

10. MESLEK AHLAKI

- 10.1. Meslek Ahlakı Disiplini
- 10.2. Yazılı İletişimin Ahlak Kuralları
- 10.3. Gazetecinin Sorumluluğu
- 10.4. Meslek Kurallarının İşlevi
- 10.5. Basının Denetlenmesi ve Özdenetim Uygulamaları
 - 10.5.1. Ahlak İlkeleri
 - 10.5.2. Basın Konseyi
 - 10.5.3. Ombudsman
 - 10.5.4. Okur Temsilcileri Örgütü (ONO)
 - 10.5.4.1. ONO’nun Amaçları
 - 10.5.4.2. ONO’nun Evrensel Kuralları

11. TÜRKİYE’DE ÖZDENETİM UYGULAMALARI

- 11.1. Basın Ahlak Yasası
 - 11.1.1. Taahhütname ve Hükümler
 - 11.1.2. Basın Şeref Divanı
 - 11.1.2.1. Çalışma Biçimi

- 11.1.2.2. Görev ve Yetki
- 11.1.2.3. Bütçe
- 11.2. Basın İlan Kurumu ve 195 Sayılı Yasa
- 11.3. Divan'ın Başarısızlığı
- 11.4. İPİ'nin Basın Ahlak Kuralları
- 11.5. Basında Uzlaşma Deklarasyonu
- 11.6. Basın İlan Kurumu Basın Ahlak Esasları (1994)

12. BASIN KONSEYİ

- 12.1. Sözleşme
- 12.2. Basın Konseyi'nin yapısı
- 12.3. Üyeler Kurulu (BKÜK)
- 12.4. Dördüncü Madde
- 12.5. Basın Dışı Üye Sayısı
- 12.6. Üyeler Kurulu Toplantısı
- 12.7. Basın Konseyi Yüksek Kurulu (BKYK)
- 12.8. Başkan
- 12.9. Şeref Başkanı
- 12.10. Yüksek Kurul'un Seçilmiş Üyeleri
- 12.11. BKYK'nin Görevleri
- 12.12. Karara Bağlama Süresi
- 12.13. Başvuru Biçimi
- 12.14. Ondördüncü Madde
- 12.15. Kararlar
- 12.16. BKYK Toplantı Üye Sayısı
- 12.17. Görüşmelerin ve Oylamanın Gizliliği
- 12.18. Şikayeti Yersiz Bulma, Uyarma, Kınama
- 12.19. BKYK Kararları
- 12.20. Son Hükümler
- 12.21. Katılma Payları
- 12.22. Basın Meslek İlkeleri'nin Değiştirilmesi
- 12.23. Geçici Maddeler
- 12.24. Son Maddeler

12.25. Basın Meslek İlkeleri ve Önsözü'ndeki Değişiklikler

12.26. Basın Meslek İlkeleri Önsözü

12.27. Basın Meslek İlkeleri

12.28. Basın Konseyi Çalışma Kuralları

12.29. Başvuru ve İşlem Dökümü

13. TÜRKİYE GAZETECİLERİ HAK VE SORUMLULUK BİLDİRGESİ

EK'LER

EK 1: Basın Kanunu

EK 2: Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştırılanlar Arasındaki Münasebetlerin tanzimi Hakkında Kanun (212 Sayılı Kanunla Değişik 5953 Sayılı Kanun)

EK 3: Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü Basın Kartı Yönetmeliği

ÖNSÖZ

Gazeteciliğe, 15 Şubat 1968’de Ankara’da başladım.

İstanbul Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu’nda ders vermeye, 1987 Yılı Ekim ayında, Anadolu Ajansı İstanbul Bölge Müdürü görevini sürdürürken giriştim.

Akademik dünyaya, gazetecilikten emekli olduktan sonra! 1994 yılı başında (3 Ocak), Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde “öğretim görevlisi” olarak katıldım.

İlk bilimsel kitabım Kasım 1997’de yayımlandı.

O tarihten bu yana doktor, yardımcı doçent ve doçent unvanlarıyla 9 bilimsel kitap yazdım.

Bir de 2003 yılında, “Gazeteci Olmak Önce Adam Olmak Demektir” adlı anılar kitabı kaleme aldım.

Elinizdeki bu kitap 10. bilimsel eserim; profesörlüğüme denk geldi.

Bu kitabın içinde, gazetecilik alanındaki en son bilgi ve belgelerin yanı sıra daha önce yazdığım kitapların bazılarından önemli bölümler de var.

Kitaplarımı okuma olanağı bulamamış İletişim Fakültesi öğrencileri için çıkardım; “Gazeteciliğin Temel İlkeleri” kitabını.

Umudum, genç gazeteci adaylarının, kitaplarımın yanı sıra öteki meslek ustalarının ve bilim adamlarının yapıtlarına da yönelmeleri!

Kim bilir? Belki de olur...

Prof. Dr. Atilla Girgin
İstanbul, Aralık 2007

1. İLETİŞİM

Kardeşim sen düşünceden ibaretsin
Geriye kalan et ve kemiksin
Gül düşünürsün gülistan olursun
Diken düşünürsün dikenlik olursun
Mevlana

İnsanın toplumsal bir varlık olması, başka bir deyişle, daima bir toplum içinde yaşamış olması, tarih bilimi ve sosyolojik araştırmalarla ortaya konulan yadsınamayacak bir gerçektir.

İnsanı öteki canlı varlıklardan ayıran ilk ve en önemli özellik, onun akıl sahibi olması, bu sayede düşünebilmesi ve konuşarak düşündüklerini dış dünyaya yansıtabilmesi yani iletişim kurabilmesidir.

İnsanlar doğaları gereği ve toplumsal gruplar halinde yaşama özellikleri nedeniyle tüm canlılar içinde, iletişim olgusundan en etkin biçimde yararlanan canlı türüdür.

İletişim, insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için zorunlu olarak kullandıkları araçların başında gelmektedir.

İletişim, insanın türsel özelliği olan toplumsallaşabilirliğinin bir yansımasıdır. Bu nedenle iletişimin başlıca amacı, kişiler arası ilişkilerin kurulmasını ve devam ettirilmesini sağlamaktır.

İletişimi, yalnızca iki kişi arasında gerçekleşen bir eylem ya da eylemler dizisi olarak değil; ayrılmaz bir parçası olduğu toplumsal düzende, etki-tepki ilişkileri çerçevesindeki toplumsal bir süreç olarak düşünmek gerekir.

“Bilginin paylaşımı” olarak da nitelendirilen iletişim, günümüzde bir yönüyle bireylerin ve dolayısıyla toplumların gelişmesine katkıda bulunan en önemli araçlardan biri sayılmaktadır.

İletişimin amaç ve işlevi, “kişiler arasında ileti alışverişiyle

sağlanan bir ortaklık yaratma” olarak da tanımlanabilir. Dolayısıyla iletişim, kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere sahip olmaları amacıyla bilgi, düşünce ve duyguların aktarılmasıdır. Böylece, belirli bir topluluk içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratılabilecektir. Özetle iletişim, haberin, bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün, kişi topluluklarına dağıtımı olgusudur. İletişimin toplumsal temelinde sorun çözme yatar. Çözüm, en genel anlamıyla sorunların aşılma biçimidir. Toplumlar tarih boyunca belli sorunlarla karşılaşmakta ve bu sorunlar karşısında geliştirdikleri ve ürettikleri çözümlere bağlı olarak ilerleme ve gelişme olanağı bulabilmektedir. İletişim düzeni de doğrudan toplumların örgütlenme biçimiyle ilgilidir. Sonuçta her toplumun dünya üzerindeki konumuna uygun, bu konumun doğurduğu gereksinimleri karşılamaya yönelik bir “iletişim düzeni” ortaya çıkacaktır. Günümüz toplumlarında iletişim ve iletişim süreci, sosyal etkileşim, toplumun istek ve beklentilerinin yerine getirilmesinin yanı sıra ulusal ve uluslararası değerlerin korunması açısından da önemlidir. İletişim olgusu, insanlık tarihindeki üçüncü ve gerek toplumsal gerek kültürel açıdan, belki de en büyük teknolojik devrimi simgelemektedir. İnsanların konuşmaya başladıkları tarihten günümüze kadar, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, toplumsal gelişmelere uygun bir hız göstermiştir. 20. Yüzyıl’ın sonlarında, iletişimi toplumların simgesi yapan, teknolojilerin aşırı bolluğu ve uygulamaların profesyonelleşmesi, mevcut çoksesliliğe yeni çokseslilikler katmıştır. Toplumun her geçen gün biraz daha karmaşık hale gelmesinin yanı sıra toplumsal ilişkilerin öteki toplumların düşünce ve davranışlarına bağımlı uluslararası bir yapıya

kavuşması sonucu, iletilerin yöneltileceği gruplar büyük bir genişlik kazanmış ve yüz yüze yürütülen iletişim yetersiz kalmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak iletişimin bazı teknikler uygulanarak çoğaltılıp güçlendirilmesi ve çok sayıda kişiyi etkileyecek biçime getirilmesine “kitle iletişimi” adı verilmiştir.

İletişimin kitlesel bir özellik kazanmasından sonra ortaya çıkan siyasal ve kültürel anlamdaki tanımına göre: “İletişim, insanların davranışlarına temel sayılan dünyaya ilişkin simgeleri oluşturan anlamların meydana getirildiği ve bu simgeler yardımıyla değiş tokuş edildiği toplumsal bir eylem sürecidir.”

Yine de iletişim, herkesin bildiği ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim yüz yüze konuşmadır; televizyondur; enformasyon yaymadır; saç biçimimizdir; edebi eleştiridir.

İletişim, işyerinde ezilme sürecidir; evde kadının üzüntüsü; “Kışı nasıl geçireceğiz?” kaygısı; dünyaya gelen çocuğun ilk feryadı; ölmekte olanın bir soluk daha alma çabası; sevgiyle bir dokunuş; kurşun gibi ağır bir bakış; kullanım ve atış; emek sömürüsü; mutluluğu parayla satın alma; bir insanın sevgisi, sövgüsü, kini ve nefreti; grevler, fabrika açmalar, işten atmalar; enflasyon ve işsizlik; minare ve minarenin kılıfı; hırsından ağlayan bir başbakan; Japon emperyalizminin firmalarının ve ortakçılarının halka büyük nutuklarla satılması; kalkınma planları ve uygulamaları; kısaca günlük toplumsal yaşamda, örgütlü baskı, egemenlik, boyun sunma ve boyun sundurma mücadelelerini anlatır.

1.1. İşaretler

İnsanların birbirleriyle kurdukları iletişimde kullanılan araçlar arasında ilk sırayı işaretler almaktadır.

En az gelişmişinden başlanırsa ilk medya, çok basit ve öngörülebilir bir olayın, herkese açık bir şekilde anlatılmasıdır. Yazının bilinmediği çağlarda, kırık bir dal, ağaçtaki bir çentik, renkli bir çakıl taşı gibi işaretler, ilkel insanların gözünde düşmanın yaklaştığını ya da bir av hayvanının geçtiğini anlatmıştır.

Bunun yanı sıra gündüzleri duman, geceleri ateş ya da Afrikalılar'ın tamtami gibi görsel, işitsel işaretler de kullanılmıştır. Fakat bu işaretler belirsizdir ve bazen yanlış anlaşılmalara yol açar. Bu nedenle hep daha iyisini ara-mak gerekir; tıpkı insanların eski dönemlerden bu yana yaptıkları gibi...

Karşısındaki kişilerle vücudunu ya da doğal simgeleri kul-lanarak iletişim kuran insan, sonraları kendi sesini kul-lanarak haberleşmeyi keşfetmiştir. İlk insanların, kendile-rini ifade etmek için kullandıkları bir başka yol ise resim çizmektir. Mağara duvarlarına, taş zeminler üzerine resim yapan insanın temel düşüncesi, kendisinden sonra gelen-lere bir tür mesaj bırakmaktır.

İnsan hızla, bu basit ve iki şıklı bilgilere, daha ayrıntılı iletiler yardımıyla gerçek bilgiler eklemenin yollarını araştırmaya başlamıştır. Yazının bulunuşundan önce, bilg-inin aktarılabilceği tek kanal, insan hafızasından destek alan söz olmuştur.

İnka İmparatoru bu konuda en ileri sistemi bulmuştur. İmparator, ülkesinin topraklarını boydan boya geçen taş döşeli bir yol yaptırmıştır. Bu ana yol, birbirini izleyen koşucular tarafından aşıyor; yorulan koşucu haberi arkadan gelene anlatıp çekiliyordu. Böylece haber, en fazla on gün içinde bir kentten ötekine ulaşıyordu.

1.2. Yazının Bulunuşu

Yazının bulunuşu ve haberlerin taşınma hızını artıran

hayvanların evcilleştirilmesiyle bu tablo değişmiştir. Daha sonraları at ve devenin yanı sıra posta güvercinleri de kullanılmıştır.

Ancak bunun dezavantajı, güvercinlerin, düşmanların şahinleri tarafından yakalanması ve haberlerin düşmanların eline geçmesiydi. Bu durum şifrelerin icat edilmesine neden olmuştur.

350 yüzyılı aşan iletişim tarihinin, yaklaşık 5/6'sı geçtikten sonra yazının bulunmasına ancak gelinmiştir. Sümerler'in kil tablet üzerine yazıları, M. Ö. 4.000 yılındadır.

İskenderiye Kütüphanesi'nin yapım yılı ise M.Ö. 130'dur. İlk Çin kitap baskıları, M. S. 600 yılındadır. Mürekkep ve kağıdın Araplar tarafından kullanımı da bu yıllarda olmuştur.

En eski resmi posta merkezlerinin, Pers Ahameniş İmparatorluğu zamanına kadar uzandığı sanılmaktadır. Bu uygulama daha sonra kesintisiz olarak, Helen Monarşileri'ne, Roma ve Bizans İmparatorlukları'na ve Müslüman Dünyası'na yayılmıştır.

İstilalardan dolayı yollardaki tehlikelerin ve bazı engellerin artmasından sonra, haberlerin düzenli dolaşımı kesintiye uğramıştır. Söz konusu resmi posta merkezlerinin yeniden doğuşu 13. , 14. ve 15. Yüzyıllar'da gerçekleşmiştir.

1.3. Baskı Makinesi ve Öteki İcatlar

Baskı makinesinin, 1453 yılında Johannes Gutenberg tarafından bulunması, eğitimi kolaylaştırmak ve evrensel bir eğitim yoluyla kişilere geniş olanaklar sağlamak açılarından, insanoğlunun kaderinin akışını değiştirmiştir. Gutenberg 1455 yılında, ince kenar süslemeli İncil'i kağıda basmayı başarmıştır. 1500 yılına gelindiğinde Gutenberg'in bulduğu hareket edebilen madeni harfli baskı makinesinin yaygınlaşarak 20 milyon dolayında

kitap basıldığı ileri sürülmüştür.

Batı'daki gelişim öyle hızlı olmuştur ki, ünlü Fransız yazarı Rabelais 1530'da şöyle demekten kendini alamamıştır:

“Artık okumayan kalmadı. Hırsızlar, cellatlar, meyhaneciler, seyisler ve halkın aşağı tabakası bile eskinin doktor ve alimlerinden daha bilgili. Kadınlar ve çocuklar bile okuyor.”

1830'da buharlı baskı makinelerine, 1846'da rotatiflere geçilmiştir. Elektriğin bulunmasıyla elektronik devrimine geçiş, iletişim araçlarındaki gelişmeyi son yüzyılda izlenemeyecek bir hızla vardırıacaktır.

19. Yüzyıl'daki Endüstri Devrimi ve sonrasındaki icatlar: (Fotoğraf 1829, Telgraf 1837, Telefon 1876, İlk Ses Kaydı [Thomas Edison] 1877, Sinema 1895, Radyo 1895, Televizyon 1929, Bilgisayar 1942, Renkli Televizyon 1951, Video 1968, İlk CD Çalıcıları ve Optik Bellek Medyaları 1982, Macintosh 1984, İnternet Navigator 1993, Linux [Açık Kaynak Kodlu İşletim Sistemi Çekirdeği] 1991, Microsoft 1995, Blog-Chat ve Messenger 1997, Windows 1998, Windows 2000, Mac Os X [Unix Tabanlı Macintosh İşletim Sistemi] 2001, İntel Çift Çekirdekli İşlemci 2005, Pardus [İlk Türk Linux İşletim Sistemi] 2006, Windows Vista 2007) ise bir yandan kişinin toplumdaki yaşantı biçimini değiştirerek sorunlarla ve çelişkilerle yüklü bir uygarlığının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Her iki olgu da 20. Yüzyıl'daki büyük iletişim devriminin, gerek teknolojik, gerek kültürel açılardan öncüleri ve habercileri sayılmışlardır. Günümüzde hızla gelişen bir endüstri haline gelen kitle iletişimi, topluma da “bilgi toplumu” damgasını vurmuştur.

1.4. Bilgi Toplumu

21. Yüzyıl'da bilgi kavramı değişen anlam ve içeriği ile

karşımıza çıkmaktadır. Yeni gelişen teknolojiler, değişen gereksinimler, artan nüfus bilgiye olan gereksinimi, bilgi kullanımını ve bilgi yönetimini ön plana çıkarmıştır. Bu eğilim tüm dünyada bilgi toplumuna geçiş olarak değerlendirilmektedir.

Bilgi çağı, servet yaratmada bilginin öne geçtiği dönemi tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Böylece maddi sermayenin yerini zihinsel sermaye almıştır. Zihinsel sermayenin belli bir yere sınırlanmayan yapısı, bütün yönetim ve toplum ilişkilerini değiştirmiştir.

Alvin Toffler'in "Üçüncü Dalga" olarak adlandırdığı bilgi toplumundan önce, uygarlık tarihinin geçirdiği öteki iki dönemi de belirtmek gerekir. İlk dönemde, daha önceleri göçebe yaşayan toplumların toprağa yerleşmesi ve onu işlemeyi öğrenmesiyle tarım devrimi gerçekleşmiştir.

18. Yüzyıl'a kadar egemen olan bu yaşam biçimi, James Watt'ın 1765'de buhar makinesini bulması ve enerji kaynağı olarak kullanıp yeni teknolojiler üretimiyle son bulmuştur.

Aynı dönemde, toplumsal ekonomide sanayinin payının artmasıyla da sanayi devrimi gerçekleşmiştir. Sanayi toplumu, üretim, fabrikalaşma ve rasyonalizm kaynaklı ve bilgi temelli inşa edilmiştir.

Yeni toplumu sanayi toplumundan farklı kılan özellikler ise şunlardır:

Ekonomide hizmet sektörünün büyümesi; yeni bilgi teknolojilerinin ve kuramsal bilginin, toplumun biçimlenmesinde etkili olması; iş gücü içerisinde sanayi toplumdaki mavi yakalılarının yerini beyaz yakalılarının alması; profesyonel ve teknik sınıfın artan üstünlüğü; eğitim ve refah düzeyinin gelişmesidir.

Sanayi toplumunda temel rol oynayan büyük makinelerin yerini, bilgi toplumunda yoğun olarak bilgisayarlar

almıştır. Bilgi toplumuyla bilgisayar, iletişim ve elektronik araçlar, elektronik haberleşme, robotlar yeni gelişmiş malzeme teknolojileri gündeme gelmiştir.

Öte yandan, günümüzde özellikle bilişim teknolojisindeki gelişmeler sonucu sanayi ekonomisi yerini bilgi ekonomisine bırakırken, ekonominin üçlü saçı ayağı olarak nitelendirilen üretim, tüketim, dağıtım ilişkileri ve ekonomik yapının tümü, bilgi temeli üzerine yeniden yapılanmıştır ve bilgi, rekabetin temel etkeni durumuna gelmiştir.

1.5. Terimleştirmeler

İletişimin amaç ve işlevi, “kişiler arasında ileti alışverişiyle sağlanan bir ortaklık yaratma” olarak da değerlendirilebilir. Dolayısıyla iletişim, kişilerin belirli bilgilere, düşüncelere sahip olmaları amacıyla bilgi, düşünce ve duyguların aktarılmasıdır. Böylece, belirli bir topluluk içinde benzeşme ve birlik taşıyan bir ortaklık yaratılabilecektir. Özetle iletişim, haberin, bilginin ya da en genel anlamıyla kültürün, kişi topluluklarına dağıtım olgusudur.

Bir araştırma sonucu, kişilerin iletişim araçlarıyla ilgilenmelerinin 35 nedeni bulunduğu belirlenmiştir. Daha sonra bu nedenler 5 ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar:

- a) Bilme, anlama gibi, zihinsel gereksinimler,
- b) Haz ve estetik gibi duygusal gereksinimler,
- c) İstikrar, güven, statü arayışı gibi kişisel bütünleşme gereksinimleri,
- d) Çevre ilişkileri gibi toplumsal bütünleşme gereksinimleri,
- e) Kaçış, kurtuluş, oyalanma, eğlenme gibi gerginlikten kurtulma gereksinimleridir.

Yazılı kaynakların taranması yöntemiyle gerçekleştirilen

başka bir araştırmada da “iletişim” sözcüğünün 4.560 değişik kullanımının derlendiği, bu sayının süreç içinde 2.612’ye indirildiği saptanmış; sonuçta da kavramsal içerikleri açısından 15 “terimleştirme” yapıldığı görülmüştür.

Bu terimleştirmeleri şöyle sıralamak mümkündür:

“1) Düşüncenin sözel olarak (konuşmayla) karşılıklı değiş tokuşu,

2) İki kişinin birbirini anlaması, kişinin karşısındakine kendisini anlatabilmesi,

3) Organizma düzeyinde bile olsa ortak davranışa olanak veren etkileşim,

4) Bireyde, benlikle ilgili olarak belirsizliğin azaltılması,

5) Duyguların, düşüncelerin, bilgi ve becerilerin aktarılma süreci,

6) Bir kişi ya da bir şeyin, başka bir kişiye / bir şeye, içinden aktarımla, değiş tokuşla dönüşme, değişme süreci,

7) Yaşayan bir evrenin parçalarının ilintileşmesi, bağlantılarının kurulması süreci,

8) Bir kişinin tekelinde olanın başkalarıyla paylaşılması, başkalarına da aktarılması süreci,

9) Askeri dilde, iletinin (komutun) gönderilmesiyle ilgili araç, yöntem ve teknikler,

10) İletiyi alanın belleğinin, iletiyi gönderenin beklentisine uygun yanıt verecek biçimde uyarılması,

11) Organizmanın, ortamdaki uyarıya verdiği fark edilir yanıt, ortamdaki değişime uyarlanma yanıtı, bu yanıtla ötekini etkileme,

12) Kaynaktan çıktıktan sonra, iletiyi alan için bir uyarı olan davranış,

13) Kaynağın, karşı tarafı etkilemeyi amaçlayan davranışı,

14) Belli bir konumdan, yapıdan bir başkasına geçiş süreci,

15) Güç (iktidar) kaynağı olarak kullanılan mekanizma.”

1.6. Tanımlar

İletişim (communication), kelimesi Latin dilinde “communis”, yani “ortak”tan gelmektedir. Bir bildirişimde bulunduğumuz zaman, karşımızdaki kişiyle bir “ortaklaşma” yaratmak istiyoruz. Yani ikimiz birlikte aynı bilgilere, aynı düşünceye ya da aynı tutuma sahip olmayı, paylaşmayı istiyoruz.

Türkçe’de uzun süre kullanılan “haberleşme” (communication) sözcüğünün yerini alan “iletişim” kavramı, içerik olarak tüm canlılar arasındaki ilişkiyi, etkileşimi kapsamaktadır.

Dolayısıyla karşılıklı ilişki ve etkileşimde bulunanlar, yalnızca insanlar değildir. Ancak iletişim kavramının, özellikle bilimsel çalışma ve araştırmalarda, daha çok insanlar arası ilişki ve bu işlevi sağlayan araçlar için kullanıldığı bir gerçektir.

“Communication” sözcüğünün karşılığı olan “iletişim” teriminin, Türkiye’de bu kadar çabuk kabul edilmesinin nedeni olarak, “information” (enformasyon) ve “communication” terimlerinin uzun süre aynı anlamda yani “haberleşme” anlamında kullanılmış olması gösterilebilir. Bu nedenle, “haberleşme”, “tanıtma” gibi sözcüklerin karşılığı olarak, şimdiye kadar kullanılan enformasyon (information) kelimesine Türkçe bir karşılık (soruşturma, danışma, bir konuda ya da biri için edinilen bilgiler, toplanan belgeler) bulma yerine, bu kelimeyi olduğu gibi kullanmakta yarar görülmüş; “communication” ise tam karşılığı olan “iletişim” terimiyle ifade edilmiştir.

“Enformasyon” yalnızca haber ögesini içeren bir olgu değildir. “Haber”, enformasyon ögelerinden yalnızca biridir; “haber”in yanı sıra “eğitim”, “reklam” gibi enfor-

masyon öğelerinin de varlığı söz konusudur. Başka bir deyişle enformasyon, tüm haber, bilgi, iletişim araçları çıktıları (output) ve tüm kültürel faaliyetler olarak değerlendirilebilir.

İletişim, herkesin bildiği, ancak çok az kişinin doyurucu biçimde tanımlayabildiği bir insan etkinliğidir. İletişim yüz yüze konuşmadır, televizyondur, enformasyon yaymadır, saç biçimimizdir, edebi eleştiridir.

Bu çerçevede iletişim, herhangi bir duruma tepki olarak ortaya çıkan ve karşılıklı bir etkileşime dayanan süreç olmaktan çok, insanın kendi amaçlarını gerçekleştirmek için, çeşitli durumlara ilişkin anlamlar yarattığı ve ona kendi bakış açısına göre anlamlar yüklediği bir eylem biçimidir.

Öyleyse iletişim:

Kişinin, doğrudan yaşam deneyimi ve denetimi dışında kalan olay ve olguların kendisine aktarılma sürecidir.

Genellikle dil aracılığıyla iletişim, ilişki kurma, bir konuşucusuyla yanıt beklediği bir dinleyici arasındaki sözlü alışveriştir.

İki ya da daha çok kimse arasında, bir anlaşma, düşünsel açıdan bir yakınlaşma doğmasını sağlayan ve karşılıklı konuşmaya dayalı ilişkidir.

Duygu, düşünce ve bilgilerin, akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılmasıdır.

Telefon, telgraf, televizyon, radyo gibi araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişidir.

Bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb. simgeler kullanılarak iletilmesidir.

Anlam arama çabasıdır; insanın başlattığı kendisini çevresinde yönlendirecek ve değişen gereksinimlerini karşılayacak şekilde uyarıları ayırt etme ve örgütlemeye çalıştığı yaratıcı bir edimdir.

Bugün iletişim teknolojidir, sanattır ya da gazeteciliktir; bir bilim dalının adı ya da sıradan bir etkinliktir; amaçlı ya da doğal bir süreçtir; kitle iletişimi ya da kişiler arası ilişkidir.

İletişim aynı zamanda alma ve tepki göstermeyi de içermektedir. Gönderilen ileti (yayımlanan mesaj), alındığı ve bu iletiye tepki gösterildiği zaman, iletişim tek yönlü bir gönderme eylemi olmaktan çıkıp tamamlanmaktadır. Bu tanım uyarınca iletişim, mekanik bir biçimde haberin kaynaktan alıcıya iletilmesinden ibaret olmayıp olayın, ona bir anlam yükleyen anahtar simgeler, sloganlar ya da temalar aracılığıyla yeniden üretimidir.”

İletişimin daha belirgin bir tanımı ise onun, iki birey arasında, bir göstergeler dizgesi aracılığıyla sağlanan (ses, simge, mitos, jest, mimik vs.) her tür duygu, düşünce, bilgi ve anlam iletimi olduğunu belirtir.

Bir tanıma göre de:

“Birbirlerine, ortamlarındaki nesnelere, olaylar olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirişimlerine iletişim denir.”

1.7. MacBride Raporu'na Göre İletişim Tanımları
1970'li yıllarda “Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni”nin NWICO (New World Information and Communication Order) savunulmasıyla başlayan ve günümüze değin uzanan tartışmaların odağında “MacBride Raporu” adıyla anılan uluslararası iletişimdeki sorunları ve çözüm önerilerini içeren rapor yer almaktadır.

Nairobi’de, Kasım 1976’da toplanan UNESCO Genel Konferansı’nda, üçüncü dünya ülkeleri, iletişim konularına UNESCO’nun önemli bir yer vermesini önermişlerdir. Nairobi toplantısında, serbest ve dengeli haber dolaşımını sağlamak için UNESCO Genel Müdürlüğü’ne geniş yetki verilmiş; iletişimle ilgili bütün sorunların incelenmesi için uluslararası düzeyde “Mac Bride Komisyonu” kurulmuştur. Mac Bride Komisyonu, Aralık 1977’de Paris’te ilk toplantısını yapmış ve bu toplantılar 1979 yılına kadar sürmüştür.

Eski İrlanda Dışişleri Bakanı, Nobel ve Lenin Barış ödüllerinin sahibi Sean MacBride’in başkanlığını yaptığı komisyon tarafından, iletişim sorunları konusunda hazırlanan çalışma, 1980 yılı Kasım ayında, Unesco Genel Konferansı’nda kabul edilmiştir.

Söz konusu raporda yer alan bazı iletişim tanımları şöyledir:

“a) İletişim, insanların birbirleriyle olgu değişik tokuşunda buldukları geniş bir alandır. (Redfield)

b) İletişim, semboller aracılığıyla değişik tokuştur. Semboller, işaret, resim, plastik, sözel ya da herhangi bir biçimde olabilir. Salt bu semboller harekete geçirici olamaz; tepkide bulunacak kişilerin varlığı şarttır. (Lundberg)

c) İletişimde temel amacımız, etkileyici bir öge olmamız; diğerlerini, fiziksel çevremizi ve kendimizi etkileyerek belirleyici olmamız; olayların oluşumunda katkımızın bulunmasıdır. (Berlo)”

MacBride Raporu’na göre:

“Gelişmekte olan ülkeler iletişim alanındaki bağımlılıklarını aşmak için gerekli değişiklikleri yapmaktan öncelikle sorumludurlar. Yapılması zorunlu olan, önce ulusal düzeyde başlayarak, ikili, bölge içi ve bölgelerarası

düzeyleerde de anlaşmalarla desteklenmelidir. Kolektif kendine yeterlilik yeni bir dünya enformasyon ve iletişim düzeninin temel taşıdır.”

Bu bağlamda, mevcut düzene çözüm olarak gelişmekte olan ülkeler arasında özgür, aracısız ve çabuk işleyecek iletişim sistemlerinin kurulması, ulusal haber ajanslarının kuruluşunun desteklenmesi, iletişim araçlarına uygulanan telekomünikasyon tarifelerinde indirim yapılması önerilmiştir.

1.8. İletişimin Koşulları

Kişiler arasında bir iletişimin varlığından söz edebilmek için, belirli koşulların bulunması gerekir. Bunlar:

“1) Kişiler arasında bir ilişkinin kurulmak istenmesi.

(Kişiler arasında iletişimin gerçekleşmesi için, her şeyden önce, tarafların birbirleriyle ilişki kurmak istemeleri ve bu ilişkinin niteliği konusunda bilgili olmaları gerekir.)

2) Bir amacın bulunması. (Kişiler arası iletişim, belirli bir amacı gerçekleştirmek için yapılır. İki kişinin iletişimi halinde, ilgililerden en az birinin gerçekleştirmek istediği bir amacı var demektir.)

3) Belirli kuralların bulunması. (Kişiler arası iletişimde, tarafların önceden kabul ettikleri usul ve kurallar olmalıdır.)

4) Rol ilişkilerinin varlığı. (Kişiler arası iletişim, bir rol ilişkileri sistemi içinde yer alır. İletişimde taraflar, birbirlerinden belirli tavır ve davranışlar beklerler. İletişim, bu karşılıklı beklentilerin niteliklerine göre biçim alır.)

5) Ortak bir dilin varlığı. (Dil, kişiler arası iletişimi sağlamak amacıyla önceden saptanmış semboller topluluğudur. Bu semboller, belirli anlamları taşıyan kelimeler ve sesler olabileceği gibi, çeşitli hareket ve işaretler de kullanılır.)”

İletişim sürecinde aktarılan içerik olarak mesaj, öncelikle fiziksel biçimde var olmalı; kodlama yoluyla aktarılan bir biçime bürünebilmeli; hedef alıcı ise bu biçimlenmiş içeriğe bir anlam yükleyebilmelidir.

İletişim, bireylerin mutlu olabilmeleri için çevrelerindeki doğa ve bireylerle uyum sağlama amacına yöneliktir. Bireyler, çevredeki doğa, toplum ve bireyleri algılayacaklar; bunlara ilişkin değerlendirmelerini başka bireylere aktaracaklar ve karşılıklı iletişimin getirdiği uzlaşmalara uygunluk sağlamak için, ya çevreyi kendilerine göre değiştirecekler ya da kendi davranışlarını çevreye uyduracaklardır.

Bu çerçevede iletişim sürecinin bireysel boyutlarına bakıldığında:

a) Çevrenin algılanması, b) Tanımlama ve değerlendirmeler, c) Bunların açıklanması gibi üç aşamadan oluşan bir “ileti üretme süreci” gözlemlenir.

1.9. İletişim Hakkı

İletişim hakkı, bireyin vazgeçemeyeceği haklarından biri olarak kabul edilmektedir. İletişim hakkının kullanılmasında, karşılıklı yükümlülükler ve zorunluluklar bulunduğu gibi saygı ve hoşgörü ilkeleri de yer almaktadır.

İletişim hakkının kullanılmasında toplumsal, kültürel ve ekonomik etmenlerin yanı sıra bu hakkın gerçekleştirildiği toplumdaki yöresel özellikler de göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilkeler, iletişime herhangi bir aşamada sonradan katılan üçüncü kişiler için de geçerlidir.

Bazı demokratik toplumlarda, iletişim yoluyla bilgiye ulaşma, genelde bir hak olarak düşünülür; ancak bilgi edinmenin yalnızca bir hak değil, bir gereksinim olduğu

gözden kaçır. Bilgi olmadan, birey kendini toplumun bir parçası olarak hissedemez.

Hem nasıl tepki gösterilmesi gerektiğini bilmek, hem de bir kültür ve alt kültür ortamındaki üyelerle paylaşılan etmenleri belirleyebilmek için, bireyin kendi toplumsal çevresi hakkında yeterli bilgiye ulaşması şarttır. Bu nedenle, özellikle kalkınmakta olan ülkelerde eğitimin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesinin yanı sıra iletişimin yoğunlaştırılması da önerilmektedir.

İletişim, toplumu oluşturan bireyler arasında gerekli ilişkilerin kurulmasına olanak sağlayan bir araç olduğu kadar, toplum hayatının devamını sağlayan bir süreçtir. İletişim toplumun, örgütlenmenin, bir arada yaşamının temelidir. İletişim olmadan toplumsal hayatın varlığı ve devamı düşünülemez.

UNESCO Anayasası, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, BM Uluslararası Düzeltme Hakkı Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler İletişim Özgürlüğü Taslak Bildirgesi, Avrupa İnsan Haklarının ve Temel Özgürlüklerinin Korunması Sözleşmesi, Avrupa Sosyal Şartı, Her Türü Irk Ayırımının Ortadan Kaldırılmasına İlişkin Sözleşme, Siyasal Haklar ve Yurttaşlık Hakları Sözleşmesi, Kültürel, Ekonomik ve Sosyal Haklara İlişkin Anlaşma, UNESCO Temel İlkeler Bildirgesi, Avrupa Konseyi Anlatım ve Bilgi Özgürlüğü Bildirgesi, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Bildirgesi iletişim hak ve özgürlüklerini savunan ve bu alanda belirli kurallara uyulmasını öngütleyen belgelerdir.

“Avrupa Güvenliği ve İşbirliği” ile ilgili olarak, 1 Ağustos 1975 tarihinde Helsinki’de imzalanan “Helsinki Sonuç Belgesi”nin üçüncü bölümü de “kişilerin ve düşüncelerin serbest dolaşımı” konusuna ayrılmış bulunmaktadır.

Ayrıca, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nca kabul edilen 3 Mayıs 1991 tarihli Windhoek, 9 Ekim 1992 tarihli

Alma Ata, 6 Mayıs 1994 tarihli Santiago, 11 Ocak 1996 tarihli San'a ve 13 Eylül 1997 tarihli Sofya bildirilerinde de "Demokrasilerin temel taşı sayılan haberleşme ve ifade özgürlüğünün, bağımsız, çoğulcu ve özgür kitle iletişim araçlarıyla gelişecekleri" vurgulanarak, bu konuda öneriler sıralanmıştır.

1.10. İletişim (Basın) Özgürlüğü

UNESCO'nun kurucularından şair, hukukçu ve devlet adamı Archibald McLeish, özgürlüğü, "Özgürlük seçme hakkıdır; insanın, kendisi için seçim olanakları yaratma hakkıdır." diyerek tanımlamıştır.

Fransız düşünür ve yazar Albert Camus ise özgürlüğü, "Kişi için mükemmel olabilme şansı." diye nitelendirmiştir.

Bu iki tanımın da ortaya koyduğu gibi özgürlük, bireyin beşeri gereksinimidir. Bu nedenle kişi hak ve özgürlükleri düzenlenirken ortaya çıkan birçok sorunun çözümlenmesinde gösterilen titizliğin altında, "özgürlüklerin korunması" endişesi yatmaktadır. İletişim özgürlüğü ve ona bağlı olarak ortaya çıkan sorunlar, gerçekte, doğrudan doğruya demokrasinin, demokratik yaşamın ve demokratik sistemin sorunlarıdır.

Öte yandan, tüm kitle iletişim araçları gibi basın da haber ve bilgi dolaşımı gerçekleştirme niteliğiyle halkın bilgilenmesini sağlayan önemli bir araç olduğu açıktır. Bu çerçevede, çoğulcu, katılımcı, özgürlükçü demokratik sistemin ve hukuk devletinin gereklerine uygun olarak, basının da özgür olması çok doğaldır.

Çağdaş demokratik anlayış da bunu gerektirmekte; bununla anlam kazanmaktadır. Basın, kamuoyunun oluşturulmasında çok önemli bir görev üstlenmiştir. Demokratik sistemin sağlıklı biçimde işleyebilmesinin temel

koşullarından biri de basın özgürlüğünün tam ve çağdaş anlamda gerçekleştirilmesidir.

ABD Anayasası'nın birinci değişiklik maddesinde, "Kongre ifade özgürlüğünü ya da basın özgürlüğünü kısıtlama altına alacak hiçbir yasa çıkaramaz." cümlesinde iki ayrı özgürlük değil, tek özgürlük kastedilmektedir.

Ancak "özgür basın" ile mal sahibi ya da editörün kendi istediklerini yayımlama özgürlüğü, anlaşılacak isteniyorsa, "özgür basın"ı, özgür ifadenin en önemli unsurlarından biri olarak düşünmek hatalı olur.

İfade araçlarının kullanımı, özgür ifade hakkının kullanılması değil; özgür ifade hakkının işletilmesinde, araçları kimin kullanacağına karar verecek gücün uygulamalarıdır. Basın özgürlüğü, bu karara göre, özgür ifadenin bir parçası değil; başkalarının konuşmalarını denetleyen güçlere atfedilen bir özgürlüktür.

Basın özgürlüğü ilkesi, (Anayasa Madde 28 - Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz.) Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın vazgeçilmez kuralıdır.

Bu özgürlüğün amacı, doğru ve gerçek bilgileri kamuoyuna ulaştırmaktır. Halkı aydınlatma, çeşitli sorunlar üzerinde kamuoyunu düşünmeye sevk etme, tartışmalar açma, bilinmeyenleri araştırarak ortaya çıkarma, basının en önemli görevleridir. Böylece, çağdaş ve demokratik bir toplum düzeni yaratılmasında adımlar atılmış olacaktır. Halka ulaştırılmasında toplum yararı olan bilgiler, olaylar ve olaylar hakkında düşünülenler, gazeteciler eliyle aktarılacaktır. Basın böylece kamuoyunun oluşumuna katkıda bulunacak ve ülkeyi yönetenler üzerinde halkın denetimi de sağlanacaktır.

Özetlemek gerekirse, iletişim hak ve özgürlüğü denilince, daima aşağıdaki dört öğe anılmalıdır: a) Haberde (eleştiri

ve yorumda) gerçeklik, b) Haberde (eleştiri ve yorumda) güncellik, c) Kamu yararı ve toplumsal ilgi, d) Konu ile anlatım arasında düşünsel bir bağlilik ve amaca uygun araç kullanma koşulları.

1.11. Yasal Düzenlemeler

Demokratik bir toplumda, serbest piyasa, gazetecilik ve demokrasi, birbirine bağımlı kurumlar olarak, “kutsal bir üçlü” oluşturur. Özgür basın için piyasa zorunludur; özgür basın da özgür iradenin temelini oluşturur. Özgür basın, genel düzeyde ifade özgürlüğünün merkezinde yer alır. Dünyada ve Türkiye’de İletişim özgürlüğünü düzenleyen ve bu özgürlüğün sınırlarını ana hatlarıyla çizen başlıca yasal metinler şunlardır:

1.11.1. İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi

Avrupa’da basın özgürlüğünün yer aldığı ilk belge 26 Ağustos 1789 tarihli İnsan ve Yurttaş Hakları Sözleşmesi’dir. Sözleşme’nin 11. Maddesi “Düşünce ve kanaatlerin özgürce iletilmesi insanın en değerli haklarından biridir. Her yurttaş özgürce konuşup yazabilir ve basım yapabilir; yalnız yasada öngörülen hallerde bu özgürlüğün kötüye kullanımından sorumludur.”

Bu hükümle Fransa’da basın özgürlüğü anayasal bir güvence altına alınmıştır. Ancak bundan önce 1776 yılında ABD Başkanı Thomas Jefferson’un kaleme aldığı “The Virginia Bill of Rights (Virginia Haklar Bildirisi)”nde basının sahip olması gereken özgürlüğe vurgu yapılmıştır. Virginia Haklar Bildirisi’nin 12. Maddesi şöyledir:

“Basın özgürlüğü, özgürlüklerin büyük kalelerinden biridir ve hiçbir zaman müstebit (baskıcı) hükümetler dışında bir yönetim onu kısıtlayamaz.”

1.11.2. İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi

İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi'nin 10. Maddesi'nde, "İfade Özgürlüğü" şu şekilde düzenlenmiştir:

"1) 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. Bu madde, devletin radyo yayıncılığını, televizyon ve sinema işletmeciliğini izne bağlamasına engel değildir.

2) Bu özgürlükleri kullanırken, ödev ve sorumluluk içinde hareket edilmesi gerektiğinden, ulusal güvenlik, ülke bütünlüğü ya da kamu güvenliği, suçun ya da düzensizliğin önlenmesi, genel sağlık ve genel ahlakın korunması, başkalarının şeref ve haklarının korunması, gizli bilgilerin açığa vurulmasının önlenmesi, yargılama organının otorite ve tarafsızlığının korunması amacıyla demokratik bir toplumda gerekli bulunan ve hukuken öngördüğü formalitelere, şartlara, yasaklara ve yaptırımlara tabi tutulabilir."

Öte yandan, yukarıda anılan iki belgenin yanı sıra 130 ülkenin imzaladığı 16 Aralık 1966 tarihli "Medeni ve Siyasi Haklar Sözleşmesi", 22 Kasım 1969 tarihli "Amerikalararası İnsan Hakları Sözleşmesi" ve 12 Temmuz 1981 tarihli Afrika İnsan ve Halklar Hakları şartı" da basın özgürlüğü ilkesini tanımlayan temel belgelerdir.

1.11.3. UNESCO'nun 10 Temel İlkesi

1983 yılında gerçekleştirilen Prag ve Paris toplantılarında, UNESCO tarafından belirlenen 10 temel ilke şöyledir:

"1) İnsanların gerçekle ilgili nesnel bilgi sahibi olma ve kitle iletişim araçlarında kendilerini özgürce dile getirme hakları vardır.

2) Gazetecinin görevi, bu haklara bağlı olarak tarafsız ve en doğru haberi aktarmaktır.

- 3) Gazetecinin üretimi bireysel değil, toplumsal bir maldır. Gazeteci sadece medyaya değil, halka karşı da sorumludur.
- 4) Gazetecilik, dürüstlük kavramının en yüksek standartlarını korumak zorundadır.
- 5) Gazetecilik, halkın bilgilendirilmesine uzanan bir yol olmalıdır.
- 6) Uluslararası ve ulusal yasalar çerçevesinde gazeteci, kişinin özel yaşamı ve onuruna tecavüz etmemelidir.
- 7) Gazeteci, ulusal topluluklara, demokratik kurumlara ve halkın ahlaksal değerlerine karşı saygılı olmalıdır.
- 8) Gazeteci, evrensel değerlerin, kültürel farklılıkların bilincinde olmalı; barış, demokrasi, insan hakları, sosyal ilerleme ve ulusal özgürlük kavramlarına bağlı kalmalıdır. Her birey ve topluluğun, kendi politik, ekonomik, sosyal ve kültürel sistemini seçip geliştirme hakkı saygıyla karşılanmalıdır.
- 9) Savaşın ortadan kaldırılması, ırkçılık, apartheid, diktatörlük, sömürgecilik ve yeni sömürgecilik gibi konularla ahlaken mücadele edilmeli; yoksulluk, yetersiz beslenme ve salgın hastalıklara karşı da uğraş verilmelidir.
- 10) Gazeteci, ‘Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni’nin tesisi ve kabulü için mücadele etmelidir.’ UNESCO’nun, 6 Mayıs 1994 tarihli San Diego Deklarasyonu’nda da daha önce yayımlanan tüm bildirilere atıflar yapılarak, demokrasinin, barışın ve kalkınmanın ön koşulu olduğu hatırlatılmakta, demokrasinin niteliklerinden biri sayılan ifade özgürlüğünün kilit ögesinin ise basın özgürlüğü olduğu vurgulanmaktadır.

1.11.4. T. C. Anayasası’nın İlgili Maddeleri

İkinci Kısım

İkinci Bölüm

IV- Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması

C- Haberleşme Hürriyeti

Madde-22

Herkes haberleşme hürriyetine sahiptir. Haberleşmenin gizliliği esastır.

Milli güvenlik, kamu düzeni, suç işlenmesinin önlenmesi, genel sağlık ve genel ahlakın korunması veya başkalarının hak ve özgürlüklerinin korunması sebeplerinden biri veya birkaçına bağlı olarak usulüne göre verilmiş hakim kararı olmadıkça; yine bu sebeplere bağlı olarak gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunla yetkili kılınmış merciin yazılı emri bulunmadıkça; haberleşme engellenemez ve gizliliğine dokunulamaz. Yetkili merciin kararı, 24 saat içinde görevli hakimın onayına sunulur. Hakim kararını, kırk sekiz saat içinde açıklar; aksi halde, karar kendiliğinden kalkar.

İstisnaların uygulanacağı kamu kurum ve kuruluşları kanunda belirtilir. (Değişik: 03.10. 2001)

VII- Düşünce ve kanaat hürriyeti

Madde-25

Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir.

Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz.

VIII- Düşünceyi Açıklama ve Yayma Hürriyeti

Madde-26

Herkes, düşünce ve kanaatlerini, söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo, televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayınların izin

sistemine bağlanmasına engel değildir.

Bu hürriyetlerin kullanılması, milli güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği, Cumhuriyet'in temel nitelikleri ve Devlet'in ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün korunması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, Devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.

Haber ve düşünceleri yayma araçlarının kullanılmasına ilişkin düzenleyici hükümler, bunların yayımını engellemek kaydıyla, düşüncüyü açıklama ve yayma hürriyetinin sınırlanması sayılmaz.

Düşüncüyü açıklama ve yayma hürriyetinin kullanılmasında uygulanacak şekil, şart ve usuller kanunla düzenlenir. (Değişik: 03.10 2001)

IX- Bilim ve Sanat Hürriyeti

Madde-27

Herkes, bilim ve sanatı serbestçe öğrenme ve öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir.

Yayma hakkı, Anayasa'nın 1'inci, 2'inci ve 3'üncü maddeleri hükümlerinin değiştirilmesini sağlamak amacıyla kullanılamaz.

Bu madde hükmü, yabancı yayınların ülkeye girmesi ve dağıtımının kanunla düzenlenmesine engel değildir.

X. Basın ve Yayınla İlgili Hükümler

A- Basın Hürriyeti

Madde-28

Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak, izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz Devlet, basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirleri alır.

Basın hürriyetinin sınırlanmasında, Anayasa'nın 26'ncı ve 27'inci Maddeleri hükümleri uygulanır.

Devlet'in iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlemeye ya da ayaklanma veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya Devlet'e ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber ve yazıyı, yazanlar veya bastıranlar veya aynı amaçla, basanlar, başkasına verenler, bu suçlara ait kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar.

Tedbir yoluyla dağıtım hakim kararıyla; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle önlenabilir. Dağıtımı önleyen yetkili merci, bu kararını en geç 24 saat içinde yetkili hakime bildirir. Yetkili hakim bu kararı en geç kırk sekiz saat içinde onaylamazsa, dağıtımı önleme kararı hükümsüz sayılır.

Yargılama görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesi için, kanunla belirtilecek sınırlar içinde, hakim tarafından verilen kararlar saklı kalmak üzere, olaylar hakkında yayım yasağı konamaz.

Sürelili veya süresiz yayınlar, kanunun gösterdiği suçların soruşturma veya kovuşturmasına geçilmiş olması hallerinde hakim kararıyla; Devlet'in ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, milli güvenliğinin, kamu düzeninin, genel ahlakın korunması ve suçların önlenmesi bakımından gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir. Toplatma kararı veren yetkili merci, bu kararını en geç 24 saat içinde yetkili hakime bildirir; hakim bu kararı en geç kırk sekiz saat içinde onaylamazsa, toplatma kararı hükümsüz

sayılır.

Sürelî veya süresiz yayınların suç soruşturma veya kovuşturması sebebiyle zapt ve müsaderesinde genel hükümler uygulanır.

Türkiye’de yayımlanan sürelî yayınlar, Devlet’in ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyet’in temel ilkelerine, milli güvenliğe ve genel ahlaka aykırı yayınlardan mahkum olma halinde, mahkeme kararıyla geçici olarak kapatılabilir. Kapatılan sürelî yayının açıkça devamı niteliğini taşıyan her türlü yayın yasaktır; bunlar hakim kararıyla toplatılır. (Değişik: 03.10.2001)

B- Sürelî ve Süresiz Yayın Hakkı

Madde-29

Sürelî ya da süresiz yayın, önceden izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz.

Sürelî yayın çıkarabilmek için, kanunun gösterdiği bilgi ve belgelerin, kanunda belirtilen yetkili mercie verilmesi yeterlidir. Bu bilgi ve belgelerin kanuna aykırılığının tespiti halinde, yetkili merci, yayının durdurulması için mahkemeye başvurur.

Sürelî yayınların çıkarılması, yayın şartları, mali kaynakları ve gazetecilik mesleğiyle ilgili esaslar kanunla düzenlenir.

Kanun haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayımlanmasını engelleyici veya zorlaştırıcı siyasal, ekonomik, mali ve teknik şartlar koyamaz.

Sürelî yayınlar, Devlet’in ve diğer kamu tüzel kişilerinin veya bunlara bağlı kurumların, araç ve imkanlarından eşitlik esasına göre yararlanır.

C- Basın Araçlarının Korunması

Madde-30

Kanuna uygun şekilde basın işletmesi olarak kurulan

basımevi ve eklentileri ile basın araçları, suç aleti olduğu gerekçesiyle zapt ve müsadere edilemez veya işletilmekten alıkonulamaz. (Değişik: 07.05.2004)

**D- Kamu Tüzel Kişilerinin Elindeki Basın Dışı
Kitle Haberleşme Araçlarından Yararlanma Hakkı
Madde-31**

Kişiler ve siyasi partiler, kamu tüzel kişilerin elindeki basın dışı kitle haberleşme araçlarından yararlanma hakkına sahiptir. Bu yararlanmanın şartları ve usulleri kanunla düzenlenir.

Kanun, milli güvenlik, kamu düzeni, genel ahlak ve sağlığın korunması sebepleri dışında, halkın bu araçlarla haber almasını, düşünce ve kanaatlere ulaşmasını ve kamuoyunun serbestçe oluşmasını engelleyici kayıtlar koyamaz. (Değişik: 03.10.2001)

E- Düzeltme ve Cevap Hakkı

Madde-32

Düzeltme ve cevap hakkı, ancak kişilerin haysiyet ve şereflerine dokunulması veya kendileriyle ilgili gerçeğe aykırı yayınlar yapılması hallerinde tanınır ve kanunla düzenlenir.

Düzeltme ve cevap yayımlanmazsa, yayımlanmasının gerekip gerekmediğine, hakim tarafından, ilgilinin müracaat tarihinden itibaren en geç yedi gün içerisinde karar verilir.

Üçüncü Kısım: Cumhuriyet'in Temel Organları

İkinci Bölüm: Yürütme

F- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Radyo ve Televizyon Kuruluşları ve Kamuyla İlişkili Haber Ajansları (Değişik 21.06.2005)

Madde-133

Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek

kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.

(Değişik: 08.07.1993)

(Ek: 21.06.2005) 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 2’şer katı olarak gösterecekleri adaylar arasından, her siyasi parti grubuna düşen üye sayısı esas alınmak suretiyle Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu’nca seçilir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun 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.

1.11.5. Basın Meslek İlkeleri Önsözü

Türkiye’de uygulanmakta olan Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri’nin önsözünde ise şu görüşlere yer verilmiştir: “İletişim özgürlüğünü, ülkemizde insanca yaşamının, saydam bir yönetime kavuşmanın ve demokratik sistemin temel koşulu sayan biz gazeteciler; Kanun koyucunun ya da öteki kurum ve kişilerin, iletişim özgürlüğünü kısıtlamalarına, her zaman ve her yerde karşı çıkacağımıza, kendi özgür irademizle söz vererek; iletişim özgürlüğünü, halkın gerçekleri öğrenme hakkının bir aracı sayarak...”

1.11.6. Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi Giriş Bölümü’nün A Bendi’nde, “İnsan ve Yurttaş Hakkı” başlığı altında şöyle denilmektedir:

“Herkes bilgi edinme, haber alma, özgür düşünce, ifade ve serbest eleştiri hakkına sahiptir.

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

Bu hakların demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olması esastır.”

1.11.7. Sigma Delta Chi Yasası

Sigma Delta Chi Yasası’nda ise şu hüküm vardır:

“ABD Profesyonel Gazeteciler Birliği, Sigma Delta Chi, gazetecilerin görevinin gerçeğe hizmet etmek olduğuna inanmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının, Anayasa’nın kendilerine tanıdığı gerçekleri öğrenme ve bildirme hakkı çerçevesinde hareket ederek, kamuoyunu ilgilendiren tartışmaları ve enformasyonu taşıdıklarına inanmaktayız.

Kamuoyunun aydınlatılmasının, adaletin önkoşulu olduğuna ve halkın gerçeği bilme hakkının bir parçası olarak gerçeği araştırma konusundaki anayasal rolümüze inanmaktayız.”

1.11.8. Gazetecilik Kuralları

Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti tarafından 1923 yılında kabul edilen “Gazetecilik Kuralları”nda ise şu madde bulunmaktadır:

“Basın özgürlüğü, insanlığın hayati bir hakkı olarak korunmalıdır. Sınır getirici kurallar da dahil olmak üzere, kanunla açıkça yasak edilmemiş her konu üzerinde tartışmak, şüphe götürmez bir haktır.”

1.11.9. “Gazeteci Dikkat Et”

Norveç, “Gazeteci Dikkat Et” Yasası’nın Birinci

Maddesi'nde de şunlar ifade edilmiştir:

“Hür basın, enformasyon, tartışma ve sosyal eleştirileri yaymak yoluyla ülkemizde önemli bir fonksiyona sahiptir. Basının, toplumda olup bitenler hakkında haber verme ve eleştiriye açık konuları keşfetme hakkı bulunmaktadır. Basın, serbest enformasyon akışını, kaynaklara serbestçe ulaşma hakkını ve açık tartışmayı engellemeye çalışan hiç kimseden gelen baskılara boyun eğmez. Basının aynı zamanda, farklı görüşleri yayımlama imkanı sağlama gibi bir sorumluluğu da vardır.”

1.12. İletişim ve Kültür

Kültürü değil bir kelime, başlı başına bir denemeyle anlatmak bile kolay değildir. Şöyle ki, Amerikalı iki antropolog Kroeber ile Kluckhohn, kültür konusunda yayımladıkları antolojide, kültür kavramının 164 farklı tanımını derlemiş ve tartışmışlardır. Kültür, antropoloji dilinde ve eserlerinde aynı zamanda şu temel kavramlar karşılığında kullanılan soyut bir sözcüktür:

- 1) Bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır.
- 2) Belli bir toplumun kendisidir.
- 3) Bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesidir.
- 4) Bir insan ve toplum kuramıdır.

Özetle toplumları birbirinden farklılaştıran ya da toplumlara özdeşlik kazandıran özelliklerin toplamı, “kültür” diye adlandırılmaktadır.

Toplumun bünyesinde sürekliliği sağlayan da değişikliği yaratan da iletişimdir. Böylece dilin, tarihin, geleneklerin, iklimin, coğrafyanın, güzel sanatların, toplumsal, siyasal ve politik ölçütlerin, değerler bütünüünün, ülkenin büyüklüğünün, ulusun nüfus yoğunluğunun, komşularının o dönemdeki varlığının, içinde bulunulan

koşulların, herhangi bir ülkenin kültürünü oluşturduğu ya da etkilediği kabul edilmektedir.

Modern kapitalist dünyada, yaşamın öteki alanları gibi kültür de tamamen ekonomik sistem tarafından ele alındığı için kültürün metalaşması, “şeyleşmesi” ve pazar koşullarına tabi kılınması söz konusudur. “Bilgi Çağı” diye adlandırılan modern çağda, bireyin benliği kitle iletişim araçlarının belirlediği politikaya göre biçimlenmektedir. Modern toplumun kültürel süreci, ekonomik sistem, kültürel üretim, bilinç endüstrisi ve enformasyon, bağlamında bütünleşmektedir. Böylece ekonomik / toplumsal sistem, kendi gereksinimi olan kültürü, kendi koşullarında üreterek yine kendi işleyişine uygun bir mantıkla pazarlamaktadır.

Bu nedenle kitle iletişim araçları, çağın zihinsel ve duygusal tüm süreçlerine egemendir. Modern toplumlardaki kurumsal farklılaşmanın tipik örnekleri, medya kuruluşlarıdır.

Kültür endüstrisi, bilinç endüstrisi, eğlence endüstrisi gibi tanımlamaların, her birine uyan yapısıyla kitle iletişimi, modern insanın karşı konulmaz yol göstericisidir.

Bugün, dünyanın yeni bir görünüm kazanmasında ve kazandığı bu görünümde neler ifade ettiğine karar verecek en etkin faktör medyadır. Medyanın kullanışlı bir araç olduğunu bilen herkes, onu “dünyayı yerinden oynatacak bir manivela” gibi kullanmak istemektedir.

Kültür; etnik bir gruba, bir ulusa, bir uygarlığa, niteliklerini veren, bir başka ulusta bulunmayan maddi ve ideolojik olguların tümüdür. Kültür insan türüne özgü, dolayısıyla evrensel, toplumsal ve tarihsel bir olgudur. Bu kavramı üç kategoride değerlendirmek mümkündür:

1) Ulusal Kültür:

Ulusal kültür söylemi, kültür emperyalizmi sürecinde

belirginleşmiştir. Her kültür, kendi iklimini bozma-ya yönelen başka bir kültüre karşı, ulusal kültürünü tanımlama gereği duymuştur.

2) Evrensel Kültür:

Evrensel kültür, tüm insanlığın benimseyebileceği, paylaşabileceği kültürel kalıplar olarak tanımlanabilir. Örneğin, aile her toplumda vardır. Aile modeli, insanın tabiatında var olan davranışlar açısından her toplumda oluşturulan bir birimdir.

3) Kitle Kültürü:

Kitle Kültürü'nün tanımı, “kitle iletişim araçlarıyla gelişen, bir tekniğe göre üretilerek yayılan davranış, mit ya da tasarıların tümü” biçiminde yapılmaktadır.

Kitle kültürünün ölçütleri şunlardır:

- a) İzleyici kitlenin geniş ve heterojen olması,
- b) Sanatçı ve izleyici arasında doğrudan eleştirel bir ilişkinin yokluğu,
- c) Başarı ölçüsü olarak tecimsel ölçütün benimsenmesi,
- d) İzleyicinin baştan “özdeşleşebileceği” basit, tutucu temalar ve sembolik, stilize insan unsurlarının kullanılması,
- e) İzleyiciden düşük düzeyde bir dikkat ve çabanın talep edilmemesidir.

1.13. İletişim ve Dil

Dil kültürün bir parçasıdır ve öteki simge sistemleri gibi toplumun bir ürünüdür; toplum içinde oluşur ve gelişir. Toplumsal simge sistemi olduğu için dil, bir toplumun gelişmişlik düzeyini de yansıtır.*

Geri kalmış ülkelerde ya da dışa kapalı toplumlarda, dilin yapısı oldukça basit ve kullanılan sözcük sayısı sınırlıdır. Gelişmiş, dinamik bir ekonomiye sahip, geniş kültürel etkinlikleri olan dışa açık toplumlarda ise dildeki sözcük sayısı fazla, dilin yapısı da karmaşıktır.

Her dil, kişiliğin yalnızca iletişim kurmakla kalmadığı, aynı zamanda gerçeği analiz ettiği, ilişkilerine dikkat ettiği ve bilinç evini yapılandığı formların ve kategorilerin, kültürel olarak değerlendirildiği öteki dil sistemlerinden farklı geniş bir model sistemdir. Dil, varlığın sürekli yayılması ve akışıyla ilgili bu suni parçalanmayı farklı bir biçimde yerine getirir.

Zaman içinde dil de değişikliklere uğramaktadır. Hızla değişen dünyaya ayak uydurmaya çalışan toplumların değer yargılarında, kültürlerinde gerçekleşen değişimler, dilde farklılaşmaların oluşmasına yol açarlar.

Dilde değişiklik, kimi toplumlarda da ideolojik amaçla başlatılır. Bazen de yetkililer, bilinçli olarak kamuoyunun tepkisini çekecek sözcüklerin anlamını değiştirirler ya da yeni sözcükler yaratarak, gerçekleri kamuoyundan saklamak isterler.

Görüldüğü gibi, iletişim sürecinin temelini, iletiyi üreten ve tüketen bireylerin üzerinde anlaştıkları ortak kavramların bulunması oluşturmaktadır. İlk çağlarda, bu ortak kavramların azlığı bir iletişim sıkıntısı yaratırken, bu kavramların giderek çoğalması, iletişim sürecini zenginleştirmekte ve karmaşıklaştırmaktadır.

Dolayısıyla sorun, değişik çevre koşullarında ve toplumsal-ekonomik yapılarda oluşan yaşam biçimlerinde, farklı kültürlerde ortaya çıkan değişik diller arasında, iletişimin gerçekleşmesine dönüşmektedir.

İnsanlar ortak dillerine dayanarak iletilerini aktarırlarken toplumsal-ekonomik yaşam biçimine ve çevre koşullarına uygun yöntem ve araçlar kullanmaktadır.

Dillerin gelişmesinde, hiyerogliften resme, çizime ve yazıya geçilirken, giderek bir somut görsellikten, soyut çizgiselliğe varılmıştır. Artık iletiyi tüketen, bir soyut çizgisel simgeyi yeniden, kendi birikimine dayanarak çözüm-

lemek zorundadır.

*“Bir insanın zekası, bildiği kelimelerle orantılıdır. Batı dünyası, ilk eğitimden itibaren çocuklarına çok zengin bir dil eğitimi veriyor. Resmi rakamlara göre ABD’de ilk eğitimden geçen çocukların kitaplarındaki kelime sayısı 71 bindir. İngiltere ve Almanya’da 70 bin civarında; İtalya’da 33 bin, Suudi Arabistan’da 12.500 kelimedir. Türkiye’de ise aynı eğitimden geçirdiğimiz çocuklarımızın kitaplarındaki kelime sayısı sadece 7 bindir. Bu 7 bin kelimenin de çocuklarımız ancak yüzde 5’iyle konuşup düşünüyorlar.”

1.13.1. Anlaşamama

İletişim kurarken, temelleri insanoğlunun ortaya çıktığı zamanlarda atılmış olan “dil”i kullanırız. Dil, olguları ve hissedilenleri simge kullanarak ifade etme yöntemidir. İletişimde en önemli unsur kabul edilen dil düzgün değilse söylenen şey, söylenmek istenen şey olmaz. Etkin bir iletişim için en önemli öge düzgün kullanılan dildir. Bir metinde doğru ve anlaşılır bir dil kullanılmamışsa iletişim sağlıklı biçimde gerçekleştirilemez.

Ayrıca, içerik düzeyinde karşılıklı anlaşamama, çoğu zaman aynı dile ve kültüre sahip kişiler arasında da söz konusu olabilmektedir. İlişki düzeyinde karşılıklı anlaşamama ise amaçlanan dil eyleminin, iletişimde bulunanlar tarafından yanlış ya da değişik yorumlanması sonucu meydana gelmektedir.

İletişimin temel taşıyıcısı olan dil, hem toplumsal bir kurum hem bir değerler dizgesidir. Dil, sözcüklerden ve bu sözcüklerin belli dilbilgisi kurallarına uygun olarak dizilmelerinden oluşur. Bu doğrultuda, bir sözcük, kastettiği şeyin yerine geçen bir göstergedir.

Dil yalnızca söze dayalı kodlardan oluşmaz. Çeşitli görsel

mesajlar, vurgular, jest ve mimikler, söz dışındaki ögeler olarak iletinin içinde yer alır. Bu yüzden çoğunlukla ayrı ele alınan sözlü ve sözsüz simgeler de kişiler arası iletişim sürecini birlikte tamamlamaktadır. Öyle ki bazen, bir cümle içindeki sözsüz unsurların anlam değeri, sözcüklerden daha fazla ağırlık taşıyabilmektedir. İletişimin temel unsurlarından olan dil, düzensiz bir yapıda kullanılması halinde iletişimi kısıtlayıcı bir engel durumuna da dönüşebilir. Bazen aynı kelime farklı bireyler arasında değişik anlamlara gelebilmektedir. Kelimeler kendi anlamlarının dışında kullanıldığında iletişim gerçekleşmez. İletinin doğru ve tam olarak aktarılması için, kullanılan kelimelere kaynak ve hedefin mutlaka aynı anlamı vermeleri gerekir. Öte yandan, iletişimi kopartan ya da bölen herhangi bir etki iletişim sürecinin gerçekleşmemesinin başka nedenidir. Örneğin gazete okurken bir soru sorulması, gözün açık olan televizyona kayması iletişimin kesintiye uğramasına neden olur. Herhangi bir iletinin aktarılması sürecinde ileti kaynağı ile hedef arasına giren her şey bir engeldir ve kesinti, mesajın bütünüyle alınmasını engellemese bile mutlaka anlaşılmasını olumsuz yönde etkilemektedir. Kesintilerle başa çıkmanın tek yolu, kesintilerin varlığını kabul etmektir. Engelin olmadığını savunmak, engeli ortadan kaldırmamakta sadece varlığını daha uzun süre devam etmesini sağlamaktadır.

1.13.2. Davranış Kalıpları, Dil ve Haber

Konuşma dilinden yola çıkıldığında, bu dili öğrenirken edinilen deneyim ve aşamalar gibi haber dilinin de öğrenilen bir dil olduğunu ve benzer bir süreçten geçtiğini kabul etmek gerekir.

John Hartley'in bu iki dille ilgili saptaması şudur:
"Konuşmayı öğrendiğimiz zaman, sözcüklerden daha fazlasını öğreniriz. Baştan itibaren dili yalnızca nesnelere adlandırmak için değil, daha da önemlisi öteki insanlara ve dışarıdaki dünyaya karşı nasıl davranacağımızı bulmak için kullanırız.

Her birey, küçük yaşta öğrendiği davranış kalıplarını, yalnızca öğrenmekle kalmayıp bunları anlamlandırmakta ve öteki kavramlarla bağlantı kurmaktadır."

Yani yetişkinlerin hoş görmedikleri davranışların cezalandırılacağı ya da hoş gördükleri davranışların ödüllendirileceği, yalnızca "yasak" ya da "aferin" sözcükleriyle değil; bu sözcüklerle bağlantılar kurulması sonucu öğrenilir. Dilden öğrenilenle bireyi çevreleyen dünyayı, bir benzerlikler sistemi içinde düzenlemekte etkili olan şey kişinin duyuları değildir.

Haberler de pek çok öteki kurum gibi toplumsal ve kültürel bir kurumdur ve onların özelliklerini taşır. Dil sistemi içinde, bir yan sistem olarak sözcüklerden ve görüntülerden oluşan haberler, karşımıza zaten var olan bir toplumsal kurum söylemi biçiminde çıkmaktadır. Öyle ki, içinde bulunulan toplumun kurumları ve kuralları, haberlere de yansır ve birey herhangi bir özel çaba harcamadan, çoğu zaman da farkında olmadan haberleri okumayı öğrenir.

Bütün metni okumaya başlamadan önce, her bir cümlemin anlaşılması için, bütünüün yapısı ve anlamıyla ilgili bir başlangıç "varsayımı" olması gerekir. Bu durum, okuyucunun ait olduğu kültürel gelenek tarafından biçimlenen "anlamın önceden fark edilişi" olarak adlandırılır.

Aynı cümlemin, farklı yollarla metnin temel taşı olarak kabul edilen şu ya da bu cümleyle ilişkilendirilmesi her zaman mümkündür. Okuma ediminde özel bir tek yanlılık

vardır. Bunun için de bir metnin yorumlanması hiçbir zaman tam ve mükemmel değildir. Metin çeşitli okumalara ve çeşitli kurmalara açık olduğu için çok seslilik özelliğine sahiptir.

1.14. İletişim ve Devlet

Devlet, toprak bütünlüğüne bağlı olarak, siyasal bakımdan örgütlenmiş ulus ya da uluslar topluluğunun oluşturduğu tüzel varlıktır. Devletin, iletişim alanında artan etkinlik ve müdahale nedenleri, siyasal, mali-ekonomik ve teknik-pratiktir.

Günümüzde devlet, iletişim alanında da genel etkinliklerin sürdürülme koşullarını belirlemekte ya da bizzat kendisi iletişim sürecinin içine girerek, iletişim kurumlarını büyük ölçüde kamusal alan kapsamına almaktadır.

Egemenliği kullanan kurum olarak devletin, iletişim alanındaki sorumluluk ve faaliyetleri şöyle özetlenebilir:

“1) İletişim alanını belirleyen genel kuramsal düzenlemeyi yapmak, yasal çerçeve çizmek, hak ve sorumlulukları belirlemek,

2) İletişim alanında kamusal hizmetlerin gerektirdiği kaynakları bulmak ve kullanımlarını düzenlemek,

3) Ülke içinde kitle iletişim kuruluşlarına sahip olma ve bunlar yoluyla faaliyette bulunmanın genel koşullarını saptamak,

4) Kitle iletişim araçlarının etkinlikte bulunması için gerekli teknik altyapılar ve ayrıcalıklarla ilgili düzenlemeleri gerçekleştirmek, (frekans belirlenmesi ve dağıtımı, vb.)

5) Toplumda yer alan kurumsal iletişim kanallarının denetimini sağlamak; bir kamu hizmeti olarak iletişim olanaklarından, toplum üyelerinin yararlanma koşullarını gözetmek,

6) İletişim kanallarının belirlenen yasal çerçeve ve amaçlar

dışında kötüye kullanımının önüne geçmek.”

Genelde devlet, medyayla çok yakından ilgilenmektedir. Hukuk ve özellikle anayasal hukuk, öncelikle medyanın faaliyet alanlarının kapsamını, temel hakları ve devletin izin verilen ve verilmeyen müdahalelerini belirlemektedir. Bu anayasal devlettir.

İkinci olarak devlet de medyaya katılmaktadır ve bu açıdan kültür devletidir. Devletin medyaya katılımı, devlet enformasyon politikasıyla gerçekleşmektedir.

Son olarak devlet medya üzerinde denetim görevini yerine getirmekte, böylece hukuk devleti olmaktadır. Devlet medyayı, mahkemeler aracılığıyla daha da önce parlamento aracılığıyla denetler. Hükümet, parlamento ve mahkemeler, devleti, medyanın da hesap verme durumunda olduğu bir hukuk devleti olarak göstermektedirler.

1.15. İyi İletişim Kurabilmek ve Empati

Empati, bireyin kendisini başkalarının yerine koyması, olayları onların bakış açısından görebilmesi, başkalarının duygu ve düşüncelerini anlayabilmesidir.

İyi iletişim kurabilmek, olumlu düşünceyi gerektirir.

Olumlu düşünce, Doğu Felsefesi'nin ana kaynağıdır.

Olumlu düşünce amaca ya da beklenilene uygun yararlı ve yapıcı düşüncedir. Olumlu düşünen bireyler amaçları, umutları, ilkeleri, beklentileri olan insanlardır. Olumlu düşüncede, geleceğe yönelik düşünme, kendisiyle konuşma, kendine güvenme çok önemlidir.

Olumlu düşünce, olumsuzluklara razı olmayan, her koşulda yapılabilecek iyi bir şeyin olduğuna inanan, insan hayatını olumlu yönde etkileyen bir düşünce tarzıdır.

Olumlu düşünce ve beyin gücü, verim artırıcı bir etken olarak kabul edilmektedir.

İnsanlar çevresindekilerle iletişim kurarken genellikle değerlendirme, sondaj (yoklama), öneride bulunma ve

yorum yapma gibi süreçleri sıklıkla kullanırlar. Bütün bunları sağlıklı bir şekilde gerçekleştirebilmek için tam ve doğru bir teşhis koymak gerekmektedir.

Teşhis koyabilmek için de öteki bireyleri çok iyi algılama ve tanıma şarttır. Çevremizdekilerle empatik iletişim kurabilmek, onların söylediklerini ve fikirlerini en etkili bir biçimde ortaya koyabilmelerine olanak sağlayarak gerçekleşebilir.

Bireyler yaşamları boyunca iletişim kurarken öncelikle karşılarındaki bireylerin kendilerini anlamalarını isterler. Empatik iletişim yaklaşımı, önce karşıdakini anlamak sonra anlaşılmaya çalışmak gibi iki temel unsuru kapsar. Empatik iletişim yaklaşımında önemli olan karşımızdaki insanların değer yargılarını algılamaya çalışmaktır. Empati, öncelikle saygı ve anlayış özelliklerinin bireyde varolmasıyla ilgilidir.

Öte yandan, muhabir de insandır; zaman zaman kişisel beklenti, kaygı ve ihtirasları, haberciliğinin önüne geçebilir. Kimi zaman, muhabir de bu tür zaafarla hiç ilgisi olmayan hatalar yapabilir.

Ancak tarafsızlığı zedeleyen haksızlık kadar, adalet duygusunu örseleyen özensizliğin de gazetenin ve gazetecinin itibarına gölge düşüreceği açıktır.

Nitelikli bir muhabir, bu ve benzeri endişeleri sürekli içinde taşınmalı ve habere konu olan kişi ya da kişilerle empatik bir bağ kurmalıdır. Böyle bir empati, muhabiri yalan, yanlış ve eksik haberden korumakla kalmayacak, bilerek ya da bilmeyerek habere konu olan kişilere zarar vermesini de engelleyecektir.

İletişimin temel kavramlarından biri sayılan “beşeri ilişkiler” bazı kurallara bağlı olarak yürütülür. Bunlar:

- 1) İnsanları daima selamlayınız ve onlarla konuşunuz.
- 2) İnsanlara daima gülümseyiniz. Asık suratlı olmak için 72, gülümsemek için 14 kas yeterlidir.
- 3) İnsanlara isimleriyle sesleniniz. İnsanların kendi isimlerini duymaları dünyanın en tatlı müziğidir.
- 4) Arkadaş canlısı ve yardımsever olunuz. Arkadaş edinmek istiyorsanız, arkadaşça davranınız.
- 5) Samimi ve candan olunuz. Konuşma ve davranışlarınız yapmacık olmasın.
- 6) İnsanlara daima ilgi gösteriniz. Eğer çaba gösterirseniz insanları sevebilirsiniz.
- 7) Övgüde bulunurken cömert, eleştiride cimri olunuz.
- 8) Başkalarının hislerine saygılı olunuz. Sizi takdir edeceklerdir.
- 9) Başkalarının fikirlerine saygılı olunuz. Bir anlaşmazlığın üç tarafı vardır. Siz - diğerleri - doğru olan taraf.
- 10) Yaşamınızda başkalarına hizmet için her an hazır olunuz. Başkaları için ne yapmışsanız onlarla anılırsınız.

2. KİTLE İLETİŞİMİ

Olumlu düşünün;
Çünkü düşünceleriniz sözleriniz olur.
Sözleriniz olumlu olsun;
Çünkü sözleriniz davranışlarınız olur.
Davranışlarınız olumlu olsun;
Çünkü davranışlarınız alışkanlıklarınız olur.
Alışkanlıklarınız olumlu olsun;
Çünkü alışkanlıklarınız değerleriniz olur.
Değerleriniz olumlu olsun;
Çünkü değerleriniz kaderiniz olur.

Gandi

İletişimi genel anlamda, A) Kişisel, B) Toplumsal (kitle iletişimi)* olarak ikiye ayırmak mümkündür.

A) Kişisel iletişim, kişinin iç dünyasını ilgilendiren psikolojik bir olaydır. Kişinin kendi kendini anlaması ve çeşitli duyu organları arasında gerekli ilişkileri kurmasıyla ilgilidir. Yemek ve içmek, vücut için ne anlam taşıyorsa iletişim de insan psikolojisi için aynı anlamı taşır. Yalnız yaşayan kişi bile bir iletişim süreci içindedir. Bu süreç, kişi-nin düşünme eylemidir.

B) Toplumsal iletişim ya da kitle iletişiminin en yalın tanımı ise: İletilerin kitle iletişim araçlarıyla yığınlara ulaştırılmasıdır.

Kitle kelimesinin ilk aşamada çağrıştırdığı “kala-balık”, “çokluk”, “yığın” gibi kavramların tarihçesi Antik Yunan’a, Platon’un demokrasiye yönelttiği eleştirilere kadar götürülebilir.

Ancak bu çağrışımların ötesinde, kitle kavramının yaygınlık kazanması, bugün sosyal bilimlerde kullanılan pek çok kavram gibi 1789 Fransız Devrimi’nden sonradır. Bu yüzden varlığını Fransız Devrimi’ne borçlu birçok

kavram gibi bu kavramın da herkes tarafından benimsenen açık, “bilimsel” bir tanımı bulunmamaktadır. Bu niteliğiyle kitle kavramı, bu kavramı kullanan kişinin, olaylara hangi açıdan baktığını belirlemeyi kolaylaştıracak bir ölçüt olarak da nitelendirilmektedir.

Kitle toplumunu tanımlayacak özellikler; kapitalist işbölümünün gelişmesi, büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi, nüfusun kentlerde yoğunlaşması, kentlerin büyümesi, karar alma sürecinin merkezileşmesi, daha kar-maşık ve evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkının, işçi sınıfını da içine alacak biçimde genişletilmesine dayanan kitlesel siyasal hareketlerin büyümesidir.

Kişisel iletişimden farklı olarak kitle iletişiminde, iletişim geri döndürülmesi olanaksız şekilde tek yönlüdür. İzleyici kitlenin, anında yanıt verme olasılığı fiilen dışlanmaktadır.

* Kitle İletişimi

“Kitle iletişimi egemen materyal ve ideolojik pratikleri destekler ve yeniden üretir. Kitle iletişim araçlarının çağdaş biçimleri ilk kez 18. Yüzyıl’da İngiltere’nin tarımsal kapitalist topluma dönüşmesiyle ortaya çıktı.

İlk kez orada “sanat ürünü”, bir mal oldu. Pazar ilişkilerinde kültür kurumları da görünmeye başladı. Kitaplar, gazeteler, dergiler, kitapçılar ve kütüphaneler; eleştiri ve eleştirmenler; gazeteciler ve yazarlar; en çok satılan kitaplar (best sellers) çıktı.

Burjuva sınıfının yükselişi yeni kitle iletişim araçlarını birlikte getirdi. Çünkü iletişim araçlarının gelişimi tarımsal kapitalist veya sınai kent kapitalizmi dönemlerinde izlenebilir.

‘İleri teknelci kapitalizm’ diye adlandırılan dönemde çağdaş kitle iletişim araçları büyük ölçüde gelişti; çoğaldı. Kültürün üretimi ve dağıtımında önde gelen araçlar ve kanal-

lar haline geldi.

Daha sonraki gelişme evresinde, kitle iletişim araçları çağdaş iş ve üretim sürecinin kalbine girdi ve sistemin öteki ekonomik ve teknik parçaları gibi geniş çapta kitle örgütlerinden biri oldu.

Ekonomik, teknik, toplumsal ve kültürel kaynaklar bakımından, kitle iletişim araçları öteki, yaşayan ve eski geleneksel kültür kanallarından niteliksel olarak çok daha büyük bir parçayı yönetir. Daha da önemlisi, toplumsal bilmenin ve bilincin üretim ve tüketimi bu çağdaş araçların aracılığına bağlıdır.

Bu araçlar ilerleyen bir biçimde kültürel ve ideolojik alanı sömürgeleştirmiştir. Kitle iletişim araçlarının büyük görevi 'toplumsal bilginin' (bilincin ve ideolojinin) oluşturulması ve tutulmasıdır. Seçilip verilen toplumsal bilgiler yoluyla insanlar kendi dünyasını, dış dünyaları, kendi gerçeklerini ve başkalarının yaşadıkları gerçekleri öğrenir ve böylece titizlikle paketlenmiş bir bütünlüğü kavrar.”

2.1. “Kitle” Kavramı ve İdeolojideki Değişim

“Kitle” kavramı, ideolojideki bir değişimi ifade etmektedir.

Yoğun ekonomik ve toplumsal değişimler sonucu, kapitalizm öncesi toplumsal ilişkiler çözüldükçe, ortaya çıkan burjuva yönetici sınıf, tahakkümünü, laik ve rasyonel idealler olan demokrasi, eşitlik ve maddi adalet dolaşımıyla meşrulaştırmaya çabalamıştır.

Kapitalizm, toplumsal ilişkileri kalıtsal ayrıcalıklara ve katı güç ve statü hiyerarşisine dayanan tabakalaşma sisteminden, biçimsel eşitçilik sistemine doğru dönüştürmüştür.

Yeni baskın sınıf, hem feodal tabaka kalıntılarını (özellikle de aristokrasiyi) hem de doğmakta olan proletar-yayı

otoritesine tabi kılmak istediği için, “sınıf” kavramını, “rütbe” kavramının yerine geçirmiş; böylece akıl da geleneğe galip gelmiştir.

Başka bir deyişle “kitle” terimi, yükselen burjuvazi-nin modern kapitalist devlet içinde iktidarını pekiştirmesinden önce, toplumsal düşüncede ortaya çıkmıştır. Terim, aristokrasi yanlısı ve kapitalizm karşıtı ideologlar tarafından ticaret ve endüstrinin değer ve pratiklerine saldırılırken, alçaltıcı bir anlam yüklenerek kullanılmıştır.

Bu çerçevede, kitle iletişimi (mass communication), iletişimden farklılıklar gösteren bir kavramdır. Bunun nedenini, kullandığı teknik araçlarda, ilettiği haberlerin içeriğinde ve seslendiği kişilerde aramak gerekir. Bu düşünceden hareketle, “Kitle iletişimi, kısaca enforsasyon, düşünce ve tutumların geniş bir kitleye, teknik aygıtlarla iletilmesi sürecidir.” demek mümkündür.

2.2. Toplumsallaşma

Birey ile birey ya da bireyler arasında yapılan bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenişi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve yeniden işlenişi” süreci olarak da ifade edilen “iletişim” terimi, “communication” sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade edememektedir.

Oysa Latince’deki anlamı, “communa, de communis, communicare” gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi söz konusu terim, bir ortaklığı, toplumsallaşmış olmayı, birlikteliği, katılımı kapsamakta; dolayısıyla iletişimi, hem bireyler arasında bir süreç, hem de bunlar aracılığıyla toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir.

Toplumsal iletişim (kitle iletişimi):

1) Kişiler arası iletişim, 2) Kişi ile grup arasındaki iletişim,

3) Kişi ile kurum arasındaki iletişim, 4) Gruplar arası iletişim, 5) Grup ile kurum arasındaki iletişim, 6) Kurumlar arası iletişim'i kapsar.

Kitle iletişimi, kişiler arası iletişimle başlar, bu da kapsamına, kişinin kendisini çevresine kabul ettirebilmek, yani toplum içinde yaşayabilmek amacıyla başkalarıyla giriştiği iletişim eylemlerini (bilgi, anlam ve düşünce alışverişlerini) alır.

Kişi bir topluluk içinde yaşadığı sürece, öteki kişilerle gönderdikleri mesajları kabul etmeyi ve çözmeyi öğrenmek zorundadır.

Bu çerçevede iletişimin bireyselden toplumsala doğru üç aşamasından söz edilebilir:

1) İlk aşama küçük gruplar içinde, bireyler arasındaki iletişimler aşamasıdır. Bu iletişimlerin toplumsal boyutu, toplumda geçerli kurallara göre gerçekleştirilmelerinden, dolayısıyla toplum yaşamının temel etkinlikleriyle ilgili olmalarından kaynaklanır.

2) İkinci aşama, bireysel iletişimlerin zamanda ve mekanda birbirine eklendiği, gruplar ve örgütler arası iletişimlerin belirlendiği aşamadır. Bu aşamada örneğin, aile içindeki ilişkilerden kuşaklar arası iletişimin, toplum düzeni ve işleyişiyle ilgili bireysel kanaatlerden kamuoyunun ve politikaların belirlenmesi, alışveriş ilişkilerinden de pazarın oluşması söz konusudur.

3) Üçüncü aşama ise ikinci aşamadaki ilişkilerin bir toplumsal iletişim aracıyla -özellikle de kitle iletişim araçlarıyla- yinelenerek yaygınlaştığı aşamadır. Bu aşamada, aynı zamanda doğrudan doğruya toplumun tümünü hedefleyen iletişim türleri bulunur. (Eğitim ve öğretim kurumları, eğitim televizyonu, kamuoyunun araştırılması ve duyurulması, kamuoyu oluşturulmasına yönelik kampanyalar, pro-pagandalar, mitingler, grevler, protesto

yürüyüşleri, reklamlar, ekonomi haberleri, vb.) Öte yandan, yapılan çeşitli araştırmalar kitle iletişim araçlarının, siyasal bilinci ve kanaatleri oluşturmada etkili olduklarını ortaya koymuştur. Ancak kitle iletişim araçları toplumun siyasal olarak bilgilendirilmesinde ve çeşitli kararlara yöneltmesinde bir tekel konumunda değildir. Kitle iletişim araçları, bir yandan siyasal evrenin resmini çizerken, bir yandan da toplumdaki öteki etki merkezlerinden, kanaat oluşması için bireylere ipuçları iletirler. Kitle iletişim araçlarının başlıca özellikleri, uzaktaki olayları, kısa bir süre içinde, büyük kitlelerin yakınına getirebilmeleri, onların dünyalarına sokabilmeleri, bu olayları sunuş ve yorumlama biçimleriyle bireylerin kanaatlerine yön verme olanağına sahip bulunmalarındır.

Amaç, bireyi içinde bulunulan (yaşanan) çevre, toplum, ülke ve dünyadaki gelişen olaylar konularında aydınlatmak, kanaatlerini değiştirmek ya da güçlendirmektir.

Böylece kitle iletişim araçları, bireyin edilgen bir şekilde, kenarda, olaylardan habersiz kalmasına izin vermeyerek, dolaylı yoldan da olsa yönetime, kararlara, gelişmelere katılmasını sağlarlar. Bu anlamda haber medyası, toplum olaylarını yansıtma işlevinin yanı sıra toplumsal gücün (iktidarın) kurulduğu, inşa edildiği araçlardır .

2.3. Medyanın Gücü

“Çağdaş iletişim” diye de adlandırılan kitle iletişiminin gerçekleşmesi için, belirli önkoşulların oluşması gereklidir.

- a) Bunlardan biri, toplumun belirli teknoloji ve üretim düzeyine ulaşmış olması koşuludur.
- b) İkinci koşul ise toplumda, kitlesel olarak üretilen iletişim araçlarının tüketilecek bir kitlenin oluşması gerekliliğidir.

c) Ancak bu kitlenin, iletileri satın alabilecek ekonomik koşullara sahip bulunması;

d) Ayrıca söz konusu kitlenin iletilere sürekli gereksinim duymasını sağlayacak belirli eğitim düzeyinde olması da gereklidir.

Böylece yeni oluşan toplumsal biçimleniş ve üretim teknolojisine koşul olarak iletişim araçları da gelişmekte, karşılıklı bir etkileşim süreci içinde, toplumsal gelişmede bir etken olarak yer almaktadırlar. Bu süreç içinde oluşan iletişim kuruluşları da giderek bir toplumsal-siyasal ve ekonomik güç ögesi niteliği kazanmaktadırlar.

Günümüzde iletişim olgusu, her yönüyle ekonomiyle iç içe geçmiş durumdadır. Haber ve bilgi akışı, ekonomik kararların, verimlilik ve etkinlik ilkeleri gözetilerek alınmasında önem taşımaktadır. Bu nedenle ulusal ve uluslararası pazarlardaki koşullar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadan, ticari etkinliklerde bulunmak olası değildir.

Bunun yanı sıra haber ve bilgiye gereksinim duyanların sayısı arttıkça, iletişim kurumlarının kendileri de gerçekleştirdikleri yatırımlar, yarattıkları istihdam ve ülke ekonomisine katkılarıyla, ulusal ekonomide küçümsenmeyecek bir sektör olarak yer almaya başlamışlardır.

Medya kuruluşlarının önemli bir özelliği de büyüklükleridir. Bünyelerinde çok sayıda kişi istihdam ederler ve ciroları çok yüksektir. Bu nedenle üretim sürecinde çok iyi donanımlara sahiptirler. Medya kuruluşları genel olarak dikey bütünleşmişlerdir. Yani, hiyerarşik olarak tek bir holding şirkete doğru yapılanmışlardır; genellikle bu şirketleri tek bir patron yönetmektedir.

Medya kuruluşları birbirlerinden çok farklı alanlarda çalışıyor olsalar bile, karlarını en üst düzeye çıkartmak için ulusal ve uluslararası işbirliği yapabilirler. Bu işbirliği,

bazen de tam ortaklık olarak ortaya çıkar.

Özetle, “tekel, büyüklük, dikey bütünleşme, holding-ler, çeşitlilik, çok ulusluluk, işbirliği, üretim ve finans, ürün dağıtımında denetim ve egemenlik”, medya kuruluşlarını nitelendirmek için kullanılacak kelimelerin başlıcalarıdır. Bir yandan da medyanın gücü, bireyin düşünce ve fi-kirl-erinin temel kaynağı olabilmesi, dünya görüşünü biçimlendirebilmesi gerçeğinde yatmaktadır. Medyaya bu gücü kazandıran gerçek nedir? Buna verilebilecek cevaplardan biri de sahip olduğu ekonomik güçtür. Medya endüstrisinin, barındırdığı iş gücü, kapasite ve sahip olduğu teknolojik güç, onun ekonomik gücünü de ifade etmektedir. Öte yandan, günümüzde büyük aile parçalandığından, ailenin bireyi ve toplumu etkileme gücü, eskiye oranla azalmıştır. Yakın çevre ilişkilerinin etkisi de kentleşmenin ve sanayileşmenin getirdiği yapı sonucu, hemen hemen hiç kalmamıştır. Bu çerçevede günümüz toplumu için kitle iletişim araçları, çok yönlü etkilerin ve vazgeçilmez alışkanlıkların merkezi haline gelmiştir.

Böylece medya, kültür üretiminin ve dağıtımının temel araçları ve kanalları olarak belirginleşmiştir. Ancak medya içeriğinde, reklam verenlerin yani uluslararası ser-may-enin belirleyiciliği, bu sektördeki gelişim sürecini, ka-mu yararına olmayacak bir biçimde etkilemiştir.

Böylece insanları etkilemek ve bu yolla temel eğilimlerini değiştirerek yeni bir kişilik potasında kotarmak, çağdaş kitle iletişim araçlarının olağan işleri arasında yer almıştır. Bu süreç, olumlu bir biçimde değerlendirilmesi halinde, ülke ekonomisinin gelişmesine katkı olarak sonuçlanabilecektir.

Kitle iletişiminin amacı, birçok ülkedeki anayasada, genellikle her ülkedeki basın kanunlarında, o ülkenin özelliklerine göre yer alır. Ancak yer alış biçimi, çoğu kez

doğrudan kalkınmayla değil de ülkenin genel çıkarları, toplumsal değerler ve kişisel haklarla ilişkilendirilir. Bunun yanı sıra çeşitli ülkelerdeki basın ahlak yasalarında da bu konuda genel ifadeler bulunmaktadır.

2.4. İletişimin İşlevleri

“MacBride Raporu”nda, iletişimin işlevleri sekiz başlık altında toplanmıştır. Bu işlevlerin yerine getirilme yöntemleri, ülkeden ülkeye farklılıklar gösterse bile, söz konusu bu sekiz ögenin tümüne, değişik biçimlerde de olsa her ülkede rastlamak mümkündür. Bunlar:

a) Haber ve Bilgi Sağlama:

Kitle iletişim araçları olaylar ve koşullar hakkında haber, dolayısıyla bilgi aktararak; yerel, yöresel, ulusal ve uluslararası koşul ve gelişmelerin anlaşılmasını; birey ve kitlelerin bunlara bilerek tepkide bulunmalarını sağlayabilirler. Bu işlev haberlerin, verilerin, imgelerin, görüş ve yorumların, özetle eylem ve söylemlerin toplanmasını ve işlem görmesini içerir.

b) Toplumsallaştırma:

Bireylerin, toplumlar hakkında genel bilgi ve değerleri edinecek, toplumsal yaşamın bir parçası haline gelmelerinde, kitle iletişim araçlarının önemli bir yeri bulunmaktadır.

c) Güdüleme:

Kitle iletişim araçlarının, toplumların belirledikleri amaçları açıklayarak ve bunları sahiplenmeyi özendirerek, bireylerin topluluk yaşamına olduğu gibi, bu amaçlara ulaşmak için harcanan çabalara da katılmalarını sağlama işlevi-dir.

ç) Tartışma Ortamı Hazırlama:

Kitle iletişim araçları, bireylere toplumun değerlerini aktarmanın ve onları toplumsal amaçlar yönünde harekete geçirmenin yanı sıra hazırlayabilecekleri bir tartışma

or-tamıyla bu toplumsal değer ve amaçlara açıklık kazandırabilirler; bunların gelişmelerine katkılarda bulunurlar.

d) Eğitim:

Kitle iletişim araçları bilgi aktarırken, doğal olarak toplum üyelerinin bilgi düzeylerini, yetenek ve becerilerini daha üst düzeye çıkarmalarına yardımcı olacaktır.

e) Kültürün Gelişmesine Katkı:

Kültürün, gerek tanıtımı ve geliştirilmesinde gerekse kültür mirasının korunmasında, kitle iletişim araçlarının önemli görevleri vardır.

f) Eğlendirme:

Kitle iletişim araçları, toplumsal yaşamın baskıcı sürecinden bunalan bireylere, hoşça zaman geçirtmenin yanı sıra dinlenme olanaklarını, daha ucuz ve çeşitlilik içinde sunabilirler.

g) Bütünleştirme:

Sayılan işlevlerin yerine getirilmesiyle toplumdaki bireyler ve gruplar arasındaki ilişkiler gelişecek; onların, toplumlarını olduğu kadar, birbirlerini de tanımaları ve anlamaları için gerekli bir ortam doğacaktır. Böylece iletişim araçları, bütünleştirici bir işlev de görmüş olacaktırlar.”

2.5. Haber ve Öteki Malzemeler

Kitle iletişim araçları, işlevlerini yerine getirirken, yalnızca haber unsurunu kullanmazlar. Söz konusu haber ya da haberlere bağlı kanaatleri, duygu ve yönelimleri daha iyi düzenlemek; onları güçlendirmek; ortak bir düşüncede, eylemde ve tavırda toplamak için söyleşilerden, röportajlardan yararlanırlar; gündemi izleyen deneyimli ve gözlemci köşe yazarlarının, sunucuların, yorumcuların değerlendirmelerini, analizlerini, makalelerini kullanırlar. Bütün bunlar, en hoşça gidecek ve en etkili biçimde sun-

mak için de fotoğraflar, görüntüler, grafikler, tablolar gibi görsel tasarımlarla desteklenir. Böylelikle toplumda, ortak kanaatlerin, duygu ve taleplerin oluşmasına yardımcı olunur. Sonuçta kitle iletişim araçları, uzun dönemde bireyi ve dolayısıyla toplumu eğitir; yaşamın bir parçası, bir ortağı kılarlar.

Toplumsal uzlaşma, barış ve demokrasinin gelişmesi de böylelikle hız ve nefes kazanmış olur. Bu nedenle artık söz konusu olan düşünülenlerin yazılması değil, okurun bilincinde olduğu ya da olmadığı gereksinimlerinin karşılanmasıdır.

Günümüz toplumlarında, toplumsal iletişimin önemli kesiti, yani haberin, en genel anlamıyla kültürün topluma yayımı, dağıtımı, özel olarak bu amaç için geliştirilen araçlar yoluyla gerçekleşmektedir.

Bu çerçevede, bireylerin hangi haberden haberdar olup olamayacakları onların dışında belirlenmekte, “hayat haberdir” denilerek, hayattan bihaber olmanın koşulları yaratılmaktadır.

Öte yandan, kitle iletişim araçlarının hedef kitlelerinin dikkatini çekmek için kullandıkları yöntemlerin yanı sıra söz konusu kitlenin bilgilendirilmesi için oluşturulan mesaj içeriklerinin yapısı da araştırma konusu yapılmalıdır. Özellikle siyasal içerikli haber ve bilgilerin verilmesinde medya profesyonellerinin hangi oranda mesleki ahlak ilkelerine bağlı kaldıkları, oluşturulan içeriklere önyargı ve ideolojilerin ne oranda yön verdiği, haberin yeniden yapılandırılması sürecinde toplumsal sorumluluk duygusunun hangi ölçüde etkili olduğu da tartışma konusu olmaktadır.

2.6. Kitle İletişim Araçlarının Temel Özellikleri

“Media”, aslı Latince olan çoğul bir kelimedir. Tekili ise

“medium”dur. Medium temelde; ara, orta gibi anlamlara gelmektedir. Toplumun tümünün ya da önemli bir bölümünün alıcı konumunda olduğu kitlelere yönelik iletişim, “kitle iletişimi”, bunu sağlayan araçlar (gazete, kitap, radyo, televizyon, bilgisayar, sinema, dergiler, afişler, vb.) ise “kitle iletişim araçları” olarak adlandırılmaktadır. Bir başka deyişle yazılı, görüntülü ve sözlü basını kapsayan, İngilizce’de “mass media” olarak tanımlanan terim, Türkçe’ye “kitle iletişim araçları” olarak çevrilmektedir. Medyanın temel işlevi, en geniş anlamda, kişilere haber verme, dolayısıyla kişileri bilgilendirme olarak özetlenebilir. Kitle iletişim araçları, toplum içinde düzenli olarak yayımlanan dolayısıyla hedef kitlenin hizmetine verilmiş haber ya da bilgi öğelerinin, düşünce ya da kanıların biçim ve koşullarının somutlaştırılmış biçimidir. Kitle iletişim araçlarının temel özellikleri; a) Kurumsallaşma, b) Tekelleşme, c) Yabancılaşma olarak belirlenmiştir.

2.6.1. Kurumsallaşma

İlkel biçiminde, bir üretici, bir ileti ve bir tüketiciden oluşan iletişim eylemi, günümüzdeki egemen kitle iletişim sürecinde, çeşitli işlevlere ayrılmış ve bu işlevler büyük yapılar içinde kurumsallaşmıştır.

Haber ajansları, kağıt sanayi, basımevleri, radyo-televizyon istasyonları, film şirketleri, gazeteler, reklam şirketleri, dağıtım şirketleri ve radyo-televizyon alıcı-vericileri üreten şirketler, hep iletişim sürecinde oluşan kurumlardır.

Günümüzde giderek karmaşıklaşan iletişim teknolojileri ve getirdikleri yoğun ekonomik yük, ancak büyük kurumlar tarafından yürütülebilen işletmeler gerektirmektedir. Böylece iletişim sürecini oluşturan işlevler ayrılmakta ve

kurumsallaşmaktadır.

Artık tek bir kişi tarafından, kendi düşüncelerini yaymak için çıkarılan, aynı kişinin sahip olduğu ilkel basım araçlarında dizerek bastığı, köşe başlarında dağıtarak sürdürdüğü “aile gazeteleri” gibi iletişim araçları düşünülmemektedir.

Haberi, haber ajansları toplayarak verecekler; gazetenin kağıdı, kağıt sanayini oluşturan kamu kurum ya da özel kurum tarafından, büyük ölçüde reklam veren şirketlerden, reklam kurumları aracılığıyla elde edilen gelirlerle sağlanacaktır.

Gazete, belki de sahibinden ayrı bir basımevinde basılacak ve ayrı dağıtım kurumları tarafından dağıtılacaktır.

Gazetenin sahiplik kurumuyla yazı işleri kadrosu da ayrılacaktır.

Basında, yazarlar, muhabirler, teknik alanda çalışan-lar da kurumsallaşmışlardır. Bu çerçevede, artık kitle iletişim süreci, büyük yatırım, olanak, bilgi ve eğitim isteyen bir uzmanlaşmış yapı sürecidir.

2.6.2. Tekelleşme

Bir kişinin ya da bir grubun, bir ülkede birkaç gazete-yi ve dergiyi, televizyon ve radyo istasyonlarını ele geçirmesine, “concentration” ya da “tekelleşme” denilmektedir. İletişim alanında, bu tür gelişmeler endişeyle karşılanmakta ve bunlara karşı bazı önlemler alınmaya çalışılmaktadır.

Çünkü, iletişim konuları toplumu çok yakından ilgilendirir. İletişim araçları topluma, ekonomiye ve politikaya yön verirler. Bu araçların kimlerin elinde bulduklarını, nasıl yönetildiklerini, kimlere hizmet ettiklerini ve kimlerce denetlendiklerini bilmek toplumun hakkıdır.

Tekelleşme, gelişmiş sanayi ülkelerinde, özellikle ABD, Japonya, İngiltere ile Almanya ve Fransa gibi bazı Avrupa

ülkelerinde, ekonomik planda yaygın görülen bir olgudur. Somut anlamda tekelleşme, “Bazı firmaların büyü-yüp gelişmesi, daha az büyük ya da güçlü olanların, ortadan kaybolmaları” biçiminde görülmektedir.

Bu gelişmeyi, genel olarak ekonomik sistem yaratmaktadır. Sürekli kar arayışı, işletmelerin ekonomik işleyişini zorunlu kılmakta; işletmeler arası birleşmeler, satın almalar da bu gelişmenin doğal bir sonucu olarak kendini göstermektedir. Ekonomideki bu eğilim, o kadar artmıştır ki uluslararası hale gelen şirketlerin güçleri, önemli ölçüde gelişmiştir.

Tekelleşme eğilimleri, bütün gelişmiş ülkelerde çok hızlı bir tırmanma içindedir. Bu gelişme, onların ekonomik yapılanmalarına da uygun düşmektedir. İletişim olgusunda tekelleşme, temelde şu yönlerde gelişmektedir:

“A) Belirli bir kitle iletişim alanında yatay ve dikey tekelleşme: Bir gazete sahibinin bütün gazeteleri ele geçirmesi ya da gazete, dergi, basımevi, dağıtım şirketi ve kitapçevlerine el atması.

B) Bu alanla ilgili alanlara el atılması: Haber ajans-larının, kağıt fabrikalarının, kültür kurumlarının satın alınması.

C) Araçlar arası tekelleşmelere gidilmesi: Bir basın tekelinin radyo-televizyon istasyonlarına, uydu ve kablo sistemlerine ve sinema şirketlerine el atması.”

Günümüzde uydu sistemleri, radyo ve televizyon sistemleri, sinema çekim ve gösterim teknolojisi, ses ve görüntü bantları teknolojisi ve bilgisayar teknolojisi, büyük oranda ABD sermayesine dayalı, önde gelen gelişmiş ülkelerin sermayelerinin katıldığı çok uluslu şirketlerin elindedir.

2.6.2.1. Tekelleşmenin Sakıncaları

Özetlemek gerekirse tekelleşme, sermaye artışı, teknolojik gelişme ve kalite iyileşmesi gibi olumlu yönlerinin yanı sıra şu sakıncaları da doğurur:

“1) Tekelleşme düşünce çoğulluğuna karşıdır. Örneğin 10 gazetede 300 kişi kendi değişik görüşlerini açıklayabiliyorsa, gazete sayısı 5’e indiği zaman, gazetelerde düşüncelerini açıklayan kişi sayısı da 300’den 150’ye düşer. Zamanla bu sayı da daralır. Gazetelerde çalışanlar, bir tek politikaya uymak zorunda kalırlar; çoğulculuk zamanla yok olur. Basın ve ifade özgürlüğü sınırlanır.

2) Tekelleşme basında işsizlik yaratır; çünkü gazete sayısı azalınca işten çıkarmalar başlar. Bunun için de gazeteci ve basın sendikaları, uluslararası gazeteci federasyonları, yıllardır tekelleşmeye karşı mücadele etmektedirler.

3) Tekelleşmenin, gazeteler için yarattığı güçlüklerden biri de çalışma koşullarının daraltılmasıdır. Tekelleşen kitle iletişim araçlarının sahipleri ya da yöneticileri, basının en güçlü imzalarını yüksek ücretlerle kendi gazetelerine transfer ederler. Bağımsız gazetelerde çalışan bazı gazeteciler, çok çekici ücretlerle karşılaşınca bazen buna karşı koyamazlar. Tekel sahipleri, zaman zaman hükümetin isteklerine uyarak güçlü kalem sahiplerini satın almaya yönelirler. Amaç, özgür ve bağımsız kalemleri kırmak olabilir.

4) Tekelleşmede, iletişim araçları, basın dünyasının dışında sivrilmiş kişilerin ya da grupların eline geçebilir. Basın kralları, mutlaka gazetecilikten gelme kişiler değildir. Bunlar, her şeyden önce iş ve ticaret dünyasında, bankacılıkta, yapı ve ihale işlerinde, endüstri dallarında büyük kazançlar elde ederek ulusal çapta, bazen de uluslararası çapta imparatorluklar kurmuş kişilerdir.

5) Tekelleşmelerin yarattığı sonuçlardan bir başkası da bu grupların, çok uluslu ortaklıkların çıkarlarına hizmet etmeleridir. Günümüzde bütün liberal-kapitalist ülkelerde, en büyük ortaklıklar çok uluslu ortaklıklara dönüşmüştür.

Çeşitli sanayi dallarında, elektronik araç üretiminde, bankacılıkta, madencilikte, taşımacılıkta, silah üretiminde, reklamcılıkta ve şimdi de iletişimde bunun çeşitli örnekleri görülmektedir.

Ayrıca banka, pazarlama şirketi, TV yayıncılığı, tu-rizm işletmeciliği, sigortacılık gibi işler de tekel gruplarının kuruluşları arasında yer aldığından; bu çıkar ilişkileri, basın ahlakını olumsuz yönde etkilemektedir.”

2.6.2.2. Çok Gazete Çok Ses mi?

Grupların çok sayıda gazete yayımlaması, “çok ses” anlamına gelmemektedir. Genelde aynı, benzer ve yakın görüşler değişik cümlelerle aktarılmakta, demokrasiye her-hangi bir katkısı olmadığı gibi, okurların tek yönlü bilgilen-dirilmesi yüzünden, bireylerin doğru bilgilere ulaşma hakkı yara almaktadır.

Medyada hızlanan tekelleşme eğilimi sonucu oluşan mali yapı için de trilyonlarla ifade edilen rakamlara gereksinim duyulmaktadır. Bu durum medyanın, ilan ve satış gelirleri dışında, başka kaynaklar bulmasını zorunlu kılmaktadır. Bu kaynaklar, medyaya siyasal iktidar tarafından, teşvikler, krediler ve kamu ilanlarıyla sağlanmaktadır. Ancak devreye sokulan bu kaynakların bedeli, siyasal iktidarların ve politikacıların desteklenmesi yoluyla ödenmektedir.

Tekelleşmenin getirdiği en büyük sakınca, bir süre sonra yine tekelleşmeyi artırmasıdır. Büyüyen, devleşen medya kuruluşları karşısında, aynı olanakları bulamayan medya kuruluşları kaybolmaktadırlar.

Bu aynı zamanda, medya kuruluşlarının sayısının sınırlı kalması anlamına gelmektedir. Üstelik sayıları sınırlı kalan medya kuruluşları, giderek birbirlerine benzemektedirler. Çoğulculuğu zedeleyen bu gelişme, kuşkusuz özgür düşüncenin de sınırlarını daraltacaktır.

2.6.2.3. Tekelleşme ve Yerel Basın

Yakın zamana kadar yalnızca ulusal ya da daha doğru bir deyimle “yaygın basın”ı ilgilendirdiği sanılan ya da varsayılan tekelleşme, günümüzde, yerel basın için de söz konusu olmaya başlamıştır.

Nitekim Türkiye’de 1970’li yıllarda görülen ve çeşitli nedenlerle uygulamaya bir süre ara verilen “yerel gazetelerin yaygın basın tarafından satın alınması”, Avrupa ülkelerinde “istikrarlı bir biçimde” sürdürülmektedir.

Bu gelişme, Türkiye’deki mevcut durumun aksine, Avrupa’nın birçok ülkesinde, yerel ve bölgesel basın tirajının, yaygın basın tirajının çok üzerinde olmasından kaynaklanmaktadır.

Örneğin Fransa’da, 1939 yılında, yaygın basının toplam tirajı 6.500.000 iken, yerel ve bölgesel basının toplam tirajı 5.200.000 olarak belirlenmiştir.

İkinci Dünya Savaşı sonrası, yerel ve bölgesel basın büyük bir atılım yaparak 9.165.000’lik bir tiraja ulaşmıştır.

Aynı dönemde yaygın basının toplam tirajı 5.959.000’de kalmıştır.

Günümüz Fransası’nda, yerel ve bölgesel basının toplam tirajı, yaygın basının tirajının yaklaşık üç katıdır. Birçok Avrupa ülkesinde benzerlerine rastlanan bu tablo da tekeli yaygın basın patronlarının ilgisini çekmektedir.

2.6.3. Yabancılaşma

Kitle İletişim sürecinin yapısını belirleyen üçüncü olgu yabancılaşmadır. Sürecin kurumsallaşması, iletişimin temel öğelerinin birbirine yabancılaşması sonucunu doğurmaktadır.

Ayrıca iletişim, artık zaman ve mekan olarak da üreticisine yabancılaşmıştır. Bir makalenin yer alacağı gazete

sayfası ve giderek o sayfadaki konumu, iletişimin anlamını değiştirebildiği gibi, bir filmin gösterim koşulları ya da bir televizyon dizisinde araya giren reklamlar, önce ve sonraki programlar, alıcının bulunduğu çevre, iletiyi, üretildiği koşullara yabancılaştırmaktadır.

Bu arada, çevredeki gerçeklerin aktarılmasına dayanan iletişim süreci, özellikle televizyon gibi araçlarda, tü-müyle bu gerçeklerden koparılabilmektedir. Bir iletinin, basında ya da televizyonda aktarılmasının taşıdığı anlam, artık kendiliğinden değişmektedir. McLuhan'ın deyişle artık "araç iletidir" (The medium is the message) .

Dünya tarihinde hiçbir iktidar sahibi, kitle iletişim araçlarını yönlendiren kişilerin elinde bulundurdukları olanaklara sahip olmamıştır. Üstelik bu iktidar, hiç de soyut bir "iktidar" değildir; bu iktidar elle tutulur, gözle görülür bir biçimde evlere girmekte; ailenin tüm fertlerini etkileyerek, milyonlarca insanın zihnini denetim altında tutmaktadır.

Kitle iletişim araçlarıyla önce bir dünya imajı çizilmekte, ardından da çizilen bu imaj hakkında ne düşünülmesi gerektiği, kitlelere dayatılmaktadır. Bir başka deyişle, üzerinde düşünülecek dünya da bu dünya hakkında düşünülebilecek şeyler ve düşünce biçimleri de kitle iletişim araçlarını yönetenler tarafından belirlenmektedir. "Hangi haberlerin bize ulaştırılması gerektiğine, hangi sırayla ulaştırılacağına, dünya imajımızın, hangi kelimelerle çizileceğine, hep bizim dışımızda, yüzlerini bile görmediğimiz bu insanlar karar veriyorlar. Bununla da yetinmiyorlar; bize ulaştırdıkları bu haberleri ayrıca tahlil de ediyorlar. Böylece neyi, nasıl düşüneceğimizi de bu insanlardan öğreniyoruz."

Öte yandan, iletişim sürecinin kurumsallaşarak ayrı-şan yapısı, tüketiciyi de iletinin üreticisine ve iletinin üretim

koşullarına yabancılaştırmaktadır. Tüketici artık, iletide aktarılan bilgilerin gerçekliği, gerçekleşme zamanı ve yeri konusunda, kendisine verilen bilgilerle bağımlıdır. Tüketicinin, bütün bu aktarılan iletilere göstereceği tepkiler ise kitle iletişim sürecinin dışında kalacağı için etkisizdir.

2.7. Medya Etkisi

Medyanın (kitle iletişim araçları) birey ve toplum yaşamını nasıl etkilediği konusunda birçok araştırma bulunmaktadır. Bunların bir bölümü; “kitle iletişim araçlarının ne tür etkilediği”, “kısa süreli, uzun süreli etkiler”, “kültürel etkiler”, “sürekli izleyenleri duyarsız yaptığı kuramı”, “iki aşamalı etki”, “kitle iletişim araçlarının ardından ikinci aşamada, kamuoyu oluşturan önderlerin etkisi” gibi ana başlıklar altında toplanabilir.

Etki türleri ise tavır ve düşünce değişiklikleri, toplu ve kişisel tepkiler, gündem belirleme, toplumsallaşma, denetim, gerçeği tanımlama ve egemen ideolojinin sürdürülmesidir. Kitle iletişim araçları amaçlanan değişime, değişikliği kolaylaştırmaya, var olanı pekiştirmeye, değişikliği önlemeye neden olabilirler.

1.) Model Alma Kuramı:

Kitle iletişim araçlarının dolaylı etkileri uzun süreli-dir; sonuçları araştırmalarla anlamak oldukça güçtür. “Model alma” kuramına göre bireyler, kitle iletişim araçlarında karşılaştıkları davranışları sık sık görür, kendilerini oradaki kişiliklerle özdeşleştirirlerse bu davranışları kendilerine uyarlayabilirler.

2.) Anlam Kuramı:

“Anlam kuramı” ise iletişim kuramının bir uzantısıdır. Kullanılan simgelerle bu simgelerin gönderimde bulunduğu sesler, imgeler ya da sözcüklerle kitle iletişim araçları bir gerçek oluşturur. Bunlarla da izleyicilerin kendi arala-

rında, bu anlamları paylaşımlarını sağlarlar.

3.) Medya Etkisinin 3 Grubu:

Birçok iletişimci, medyanın etkilerini, genellikle 3 grupta toplamaktadır. Bunlar:

- a) Toplumsal değişiklik yaparak bunu yayabilmek,
- b) Kamuoyunu ilgilendiren konuların önemlerini vurgulayabilmek,
- c) Niteliksiz müzikle, oyunlarla ve ortaya çıkardığı kişiliklerle popüler kültür oluşturmak.

4.) Medya Etkisi Modeli:

Öte yandan, eleştirel araştırmalarla yakınlıkları bulunana sosyoloji temelli dört medya etkisi modeli de şöyledir:

a) Gündem Koyma Modeli (Agenda Setting):

Medyanın izleyici için gündem geliştirdiği noktasından hareket eder. Gerçekten de medya, ihtimal dahilindeki geniş konular ve başlıklar dizisi içinden bazılarını seçer. Medya, ne düşünülmesi gerektiğini anlatmak biçiminde değil, ne hakkında düşünülmesi gerektiğini anlatmak biçiminde etkisini ortaya koymaya çalışır.

b) Suskunluk Sarmalı Modeli (Spiral of Silence):

Bu model, Alman medya sosyologu Elizabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilmiştir. Bu model, medyanın belirli konu ve başlıkları, kamunun görüş ve tartışma alanından uzaklaştırma yeteneği üzerinde durur. Bireylerin, toplumda çoğunluk tarafından benimsenmeyen tutumlar, inançlar ya da kanaatler benimsemekten kaçınarak, yalıtıma ya da dışlanmaya maruz kalmamaya çalıştıkları varsayımına dayanır.

c) Bilgi Gediği Modeli (Knowledge Gap):

Modelin temel düşüncesi şudur: Kitle iletişim araçlarından yayılan enformasyon, bir toplumsal sistem içinde yerleşiklik kazandıkça, bu enformasyonu, nüfusun daha yüksek sosyo-ekonomik statü dilimleri, daha düşük sosyo-

ekonomik statüde bulunanlardan, daha hızlı bir oranda edinme eğilimine girer ve böylece toplumsal katmanlar arasındaki bilgi gediği küçülmez; büyür.

d) Bağımlılık Modeli (Medya Dependency):

Bu model, Ball Rokeach ve De Fleur tarafından geliştirilmiştir. Bu modele göre, toplumlar giderek daha karmaşıklaştıkça, bireyler de daha geniş toplumsal dünya hakkında bilgiler edinebilmek ve kendilerine bir yönelim kazandırabilmek için medyaya daha bağımlı hale gelirler. Birey medyadan uzak kaldığında, sanki kendini toplumdan da soyutlanmış ve uzaklaşmış gibi hissedebilir. İnsanların medyaya giderek daha çok zaman ayırmaları, onların toplumsallaşma kaygılarının da bir sonucudur.”

Medya Okuryazarlığı

Medya okuryazarlığı, çeşitli formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme; yine medya aracılığıyla mesaj yaratma ve iletme süreci olarak tanımlanmaktadır.

Böylelikle bireylerin medya karşısında daha aktif ve sorgulayıcı bir konuma yerleşecekleri; bunun da demokrasinin ön koşullarından olan bilinçli yurttaşlık için bir fırsat yaratabileceği öngörülmektedir.

Okullarda gazetelerin incelenmesinin hedefleri nelerdir?

- 1) Okul kitaplarındaki bilgileri tamamlamak ve güncelleştirmek;
- 2) Gençleri güncel konularla ve toplumun sorunlarıyla bilgilendirmek;
- 3) Gençlerde eleştirel görüşleri geliştirmek, onları çoğulculuğa, yorum özgürlüğüne, objektif bakışlara alıştırmak.
- 4) Çeşitli kaynaklardan gelen mesajları birbirleriyle

karşılaştırarak sağlam kanıtlara ulaşmak;

5) Eğitime medyanın katkısını sağlamak.

Öte yandan, okullarda gazeteler incelenirken şu noktalar üzerinde durulması önerilmektedir:

a) Gazetelerde çıkan her satır ve her sözcüğü iyice inceleyin.

b) Bir cümlenin ne anlamda kullanıldığını araştırın; çünkü aynı cümleyle sizin anladığınız şeyin tam karşıtı da anlatılmış olabilir.

c) Büyük başlıklardan çekinin; gerçekleri gizleyebilirler.

d) Başyazıları, köşe yazıları, okuyucu mektupları, hafta sonu röportajları, reklamlar aldatıcı olabilir; kapıl-mayın.

e) Kamuoyu araştırmalarına da pek güvenmeyin, çarpıtılmış olabilirler.

f) Polis haberlerini, becerikli muhabirler uydurmuş olabilir; dikkat edin.

g) Tiyatro ve sinema eleştirileri de sizi yanıltabilir.

h) Yazı kadrosu ve hükümet değişse bile gazetenize güvenmeyin.

Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vb.) iletilere erişim, onları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak da tanımlanmaktadır.

İngiltere, Avustralya, Kanada ve ABD'de medya

okuryazarlığı eğitimcileri birtakım ilkeler konusunda uzlaşmaya varmışlardır. Bunları şöyle sıralamak mümkündür:

1) Medya mesajları itinayla seçilmiş, düzenlenmiş, gözden geçirilmiş ve kurgulanmış yapılardır. Her ne kadar gerçek gibi görünse de bize sergilediği dünya gerçek olan değil, gerçeğin medya tarafından temsil edilmiş biçimidir.

2) Medyanın bize dünyayı sunuş biçimiyle medya tüketicilerinin dünyayı algılayışı arasında sıkı bir ilişki vardır.

3) Medya iletileri bünyesinde değer ve ideolojileri barındırır.

4) Medya mesajları, ekonomik, sosyal, siyasal, tarihsel ve estetik bağlamlar içerisinde üretilir.

5) Medya iletileri, insanların sosyal gerçekliği kavramalarını sağlar.

Dolayısıyla medyanın bize sunduğu dünya, gerçeğin kendisi değildir. Medya mesajlarının doğru algılanması temeline oturan “medya okuryazarlığı her ülkede müfredata girmeli ve ders olarak okutulmalıdır.

3. ULUSLARARASI İLETİŞİM

Küreselleşme süreçlerinin bütünleştirici bir parçası olan uluslararası iletişim, küresel bilincin oluşumunda ve bireyin toplumsal yaşam evrenini yeniden yapılandıran düşünsel süreçte, merkezi bir rol oynamaktadır.

Peter Monge

Uluslararası iletişim, kurulu ekonomik düzenin bir tamamlayıcısı olarak gerçekleştirilir ve sürdürülür. Azgelişmiş ülke uluslarının bilinçlenmesi, haber ve bilgileri tam ve doğru olarak edinmesi, dünyayı özgür bir biçimde algılaması ve yorumlaması engellenir; mevcut uluslararası yapıyı meşrulaştırıcı ve sağlamlaştırıcı her türlü önlem alınır.

Çünkü, gelişmiş batılı ülkeler, iletişim araçlarının mülkiyeti ve onları denetim altında tutma açısından, azgelişmiş ülkelere oranla büyük bir avantaja sahiptirler. İletişim araçlarının gerek niteliksel, gerekse niceliksel açıdan önemli bir bölümü, bu gelişmiş ülkelerin elindedir. Haber dolaşımındaki dengesizliğin temelinde, ekonomik gerçekler yatmaktadır. Ekonomik açıdan güçlü olan, teknik olarak da yeterli donanıma sahiptir. Dolayısıyla uluslararası iletişimde, güçlü olanın sözü geçmektedir. Ekonomik güçleri sayesinde, iletişim teknolojilerini geliştiren toplumlar, haberlerin toplanması ve dağıtılması konularında büyük bir avantaja sahiptirler.

3.1. Telgrafın İcadı

ABD'nin ticaret merkezi Boston'da, öteki ülkelerdeki gelişmelerden bilgi sahibi olmak isteyenler, Avrupa'dan gelen gemileri karşılayarak gemicilerden haber almaya

çalışmışlardır. Bostonlu tüccarların, özellikle ticari ve siyasi haber gereksinimi nedeniyle başlattıkları bu girişimleri ilk fark eden Samuel Gilbert adlı tüccar, 1811 yılında yazıhanesinin bulunduğu hanın bir katını okuma ve çay salonu haline getirmiştir.

Gilbert, bu salonda iki büyük defter tutarak, gemicilerden alınan haberleri ve bilgileri günü gününe kaydedilmesini sağlamıştır. Defterlerdeki “bilgilerden haberdar olmak” isteyen Bostonlular da salonu doldurmaya başlamışlardır. Çay salonunda daha çok kişinin oturması, dolayısıyla daha çok müşteri toplamak için ticari bir amaçla başlatılan bu girişim, “dünyada ilk haber ajansçılığı uygulaması” olarak kabul edilmektedir.

Gilbert, bir süre sonra salonun gördüğü ilgi karşısında, yanına bir yardımcı almak zorunda kalmıştır. Topliff adlı bu kişinin görevi sandalla dolaşarak, limana gelen gemilerdeki gemicilerden rıhtıma inmelerini beklemeden bilgi ve haber toplamak olmuştur. Böylece hızlanan haber trafiği, bir süre sonra gazetecileri de benzer yöntemler uygulamaya yöneltmiştir.

18. Yüzyıl sonlarına kadar uzak yerlere hızla haber gönderebilmek çok güç olmuştur. 1792’de Fransız mühendis Claude Chappé “semafor”u icat etmiştir. (Bir direk üzerindeki hareketli iki koldan oluşan semaforun kollarına verilen her farklı biçim değişik bir anlam taşıyordu.) Tepelerin doruklarına yerleştirilen semafor direklerinden oluşan iletişim zinciriyle Paris’ten, 725 kilometre uzaktaki Tou-lon’a bir haberin ulaşması 10-12 dakikaya inmiştir. Napolyon Savaşları sırasında, Lon-dra’da bulunan İngiliz Deniz Kuvvetleri Komutanlığı ile İngiltere’nin güney kıyılarındaki donanma üsle-ri arasındaki iletişimde de benzer bir yöntem kullanılmıştır.

Öte yandan, 19. Yüzyıl’da iletişim yöntemlerinde büyük

gelişmeler yaşanmıştır. Mors Alfabesi'nin de mucidi olan Samuel F. B. Morse 1832'de, kablolar aracılığıyla sinyal iletebilen telgrafı icat etmiştir. 1866'da ise Atlas Okyanusu'nun altına döşenen telgraf hattıyla Avrupa ile Amerika arasında telgraf iletişimi gerçekleştirilmiştir. 10 yıl sonra Alexander Graham Bell telefonu icat etmiş; Guglielmo Marconi'nin bulduğu telsiz telgraf ise tel hatlarına gerek duyulmadan iletişimi sağlamıştır. Bu gelişmeler sonucu ortaya çıkan doğrudan iletişim kurma yöntemleri, coğrafi soyutlanmayı sona erdirmiş; o zamana kadar bireylerde oluşmuş zaman ve zemin kavramlarını allak bullak etmiştir.

3.2. Muhaberat Büroları (İletişim Ofisleri)

Dünya üzerinde ilk haber ajansının kurulduğu ülke olan Fransa'da, ilk gazetenin, Théophraste Renaudot tarafından "La Gazette" adı altında yayımlandığı kabul edilmektedir. Aslında Fransa'da ilk gazete, Parisli bir kitapçı olan Louis Vendosme tarafından 16 Ocak 1631 tarihinde, "Les Nouvelles Ordinaires de Divers Endroits" adıyla yayımlanmıştır.

Ancak her iki gazete arasında sıkı bir rekabet ve mücadele sonucu, Kardinal Richelieu'nün de yoğun desteğiyle "tekelci imtiyaz" kral tarafından La Gazette'in sahibi Renaudot'ya verilmiştir.

Haftalık "La Gazette" in, 30 Mayıs 1631 tarihindeki ilk ortaya çıkışından 1777 yılına kadar Fransa'da gazeteler, "hükümdarların sözcüsü" olmuşlardır.

1 Ocak 1777 tarihinde yayımlanan günlük "Le Journal de Paris" gazetesi ise ilk kez çeşitli güncel konulara ilişkin haberlere de yer vermeye başlamıştır. 1789 devrimini izleyen süreçte ise sayıları artan gazeteler çoğulculuğun simgesi sayılmışlardır.

Mayıs 1789 ile Aralık 1799 yılları arasında, Fransa'da çeşitli biçimlerde, değişik içerik ve eğilimlerde 1500 süreli yayın çıkmıştır. Süreç içinde devrimci hükümetlerin baskısı sonucu, önce kral yanlısı basın ortadan kalkmış; birçok gazete de yayınına ara vermek zorunda kalmıştır. 1811 yılında Paris'te yayımlanan yalnızca Le Moniteur, Le Journal de Paris, Le Journal de l'Empire ve La Gazette de France (İlk gazete sayılan La Gazette 1762'de bu adı almıştır.) adlı gazeteler kalmıştır. Taşrada ise yöneticiler, her vilayette tek gazetenin yayınına izin vermişlerdir. 1815'te, Napolyon savaşlarının sona ermesiyle tam bir liberal ortama girildiğinde, ticari-mali haber gereksinimi, bütün yasaklama ve ambargoların kalkmasıyla büyük oranda artmıştır. Pazarlardaki mal miktarları, fiyat ve hisse durumları hakkında her gün habere gereksinim duyulur hale gelinmiştir.

1830'lu yılların başında Paris'te, yerli ve yabancı gazetelerdeki önemli haberleri çevirerek ya da derleyerek litografi yöntemiyle basan, Fransa ve hatta Almanya'da dağıtan en az 5-6 "Bureaux de Correspondance" (Muhaberat Bürosu - İletişim Ofisi) bulunduğu bilinmektedir. Daha sonraları "Haber Ajansı" adı verilen bu kurumlar, söz konusu gelişmelerin ve gereksinimlerin sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede haber pazarının gelişmesine, öncelikle "gazetelerin gazetesi" diye de adlandırılan haber (basın) ajanslarının kurulması ve yayılması damgasını vurmuştur.

3.3. Uluslararası Haber Ajansları

Buhar gücüyle çalışan baskı makinelerinin kullanılmaya başlanması ve dolayısıyla okur-yazar sayısının artması sonucu, yayımlanan kitap ve gazeteler-deki düşüncelerin daha çok insana ulaştırılması gerçekleştirilmiştir.

Büyüyen gazete okuyucu kitlesinin artan merakı sayesinde, haber pazarının yerel, yöresel, ulusal ve uluslararası alana yayıldığı bir dönemde, basın organlarının (gazetelerin) çoğu, muhabirlerinin yerleştirilmesine, gereksinimlerinin karşılanmasına ve haberlerin iletilmesine ilişkin harcamaların yüksek maliyeti nedeniyle uzakta muhabir bulundurma olanağına sahip olamamışlardır. Dolayısıyla 19. Yüzyıl'ın ortalarına doğru kurulmaya başlanan haber ajansları, basın dünyasında önemli ve etkin bir yer edinmiştir.

Oysa bilgi iletişimini yoğunlaştırarak, haberi “ticari bir mal” gibi pazarlayan haber ajanslarının kuruluşlarından önce de yüzyıllardır ticari ve siyasi haberlere hep gereksinim duyulmuş ve bunları sağlamak için çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Bu nedenle haber ajanslarının kuruluşu, toplumların daha önce bildikleri “bir gereksinimi giderme yönteminin kurumsallaştırılması”ndan başka bir şey değildir.

Haber ajansları, 19. Yüzyıl'ın ilk yarısında, salt haber toplamak, üretmek ve yaymak, dolayısıyla kamuoyunu aydınlatmak gibi işlevlerin yanı sıra bir yönüyle ulusal gereksinimler, ağırlıklı olarak da uluslararası ticaretin gelişmesi sonucu kurulduklarından, “küreselleşmenin” (farklı ulusal ekonomilerin, uluslararası ticaret ve mali piyasayla birbirlerine bağlanmaları) ilk gözle görülen kanıtları olmuşlardır.

Çeşitli yöntemlerle sağlanan haberler, barış dönemlerinde insanoğlunun düşünce ve uygarlık alanında en fazla gereksinim duyduğu ve yararlandığı bilgi öğelerinden biri olmuştur. Şöyle ki bu öğe, kişinin ve toplumların ileriye görmelerinde, doğruları seçmelerinde, gelişmelerinde, bireysel ve toplumsal ahlakın yerleşip pekişmesinde, bireylerin ve toplumların birbirlerine yakınlaşarak

anlaşmalarında da hemen her zaman başrolü oynamıştır. Büyük imparatorluklar döneminde ise iletişim teknikleri daha da geliştirilmiş ve bu hizmetler ticari alanlara kaydırılmıştır. Daha sonraları basım evini ve onun ürünü olarak önce haber yapraklarını sonra da gazeteyi yaratan etken, kapitalist üretim ve serbest pazar ekonomisine geçme aşamasındaki Avrupa sermayesinin, özellikle ekonomi ve siyasete ilişkin haber gereksinimi olmuştur. Sermaye çevreleri için, zamanında ulaşan gerçek haber, her zaman kar oranlarını olumlu yönde etkilemiştir. Böylece hızlı ve gerçek habere ulaşmak için bedel ödemeye hazır çevreler belirmiştir. Bunların sayısı arttıkça, haberin daha geniş alanlara yayılmasının da kar getirici bir girişim olabileceği ortaya çıkmıştır. Bu yüzden önceleri, bu tür haberler için gazete haberlerinden bülten yapılmaya başlanmıştır.

3.4. İlk Haber Ajansı: “Havas Tercüme Bürosu”

Dünya üzerinde, gerçek anlamdaki haber ajanslarının ilki, ticari amaçla kurulan Havas’tır. Waterloo bozgunundan sonra iflas etmiş bir tüccar ve banker olan La Gazette de France gazetesinin eski ortaklarından 49 yaşındaki Charles-Louis Havas (1783-1858) Paris’te, 1832 yılının Ağustos ayında “Yabancı Gazeteleri Tercüme Bürosu” açmıştır.

Basım evleri ve gazete bürolarının yerleşmiş oldukları, Merkez Postanesi ile Paris Borsası’nın da (Hotel de la Poste et de la Bourse) bulunduğu semtte, “Jean Jacques Rousseau Caddesi No: 3, Hotel de Bullion”, adresindeki eski bir binada kurulan bu çeviri ve haber bürosu, (Bureau de Nouvelles) eski bir geleneği canlandırmayı hedeflemiştir. Bu gelenek, kökü Roma dönemindeki “Acta Publica” ve “Acta Diurna”, Venedik Cumhuriyeti’ndeki “Foglietti

d'Avvizzi", Çin'deki "Kin Pau"* ve Hollanda'da banker Függer'in "Ordinari Zeitungen" (Haber Yaprakları) uygulamalarına kadar inen, haber bültenleri derlenmesi ve yayımıdır.

Gazetelerden haberler çevrilerek ya da derlenerek oluşturulan bültenlerin yayımı, Avrupa'da, özellikle 1830-40 yılları arasında, genel anlamda basın özgürlüğünü sınırlamaya çalışan çeşitli yönetimlerin baskılarına rağmen, büyük engellemelerle karşılaşmadan süregelmiştir. Çünkü bu bültenlerde siyaset yapılmamakta; taraf tutulmamakta; yalnızca haber verilmektedir. Havas, 1832 yılında bu uygulamacılardan biri olarak basın dünyasına girmiştir.

Hedef kitlesi, bankacılar, iş çevreleri, tüccarlar, borsa ajanları, diplomatlar ve daha sonra gazeteler olan Havas, ideolojik fikirler satmak isteyen bir düşünür olmamıştır. Havas, Fransız Hükümeti'nin resmi bildirimlerinin yanı sıra ağırlıklı olarak İngiliz, Alman, İspanyol ve İtalyan** gazetelerinden yapılan çevirileri ve Avrupa başkentlerinde kendisi için çalışan muhabirlerin gönderdikleri ekonomi ağırlıklı haberleri, bir hammadde olarak en katkısız biçimiyle sunmuş; taraf tutmaktan, habere yorumlar eklemekten özenle kaçınmıştır.

* 9. Yüzyıl sonlarında aylık olarak yayımlanmaya başlanan Pekin Kraliyet Sarayı gazetesi "Kin Pau", 1361'den sonra haftalık, 1830'dan sonra ise günlük hale dönüştürülmüştür.

** Havas'ın kuruluşunun ilk yıllarında, İngilizce ve Almanca'dan çevirilerin Charles-Louis Havas, İspanyol ve İtalyanca'dan çevirilerin ise eşi Marie-Jeanne de Roure tarafından yapıldığı bilinmektedir.

3.5. Havas Ajansı (Agence Havas)

1835 yılında, haber çeşitliliğini zenginleştirerek ajansının adını “L’Agence des Feuilles Politiques - Correspondance Générale” olarak değiştiren Havas, bir yandan da benzer kuruluşları bünyesine katmaya başlamıştır. Bu tercüme ve yayın bürolarının en ünlüleri, 1831’de kurulmuş bulunan “Correspondance Garnier” ile “Bureau Bornstein”dir. Ad değişikliğine rağmen, kamuoyunda “Havas Ajansı” olarak bilinen bu haber ajansının o dönemdeki sloganı “Hızlı ve İyi”dir.

Havas bunun yanı sıra Fransa’da gündemi oluşturan siyasal konuları ayrıntılarıyla irdeleyen bültenler de yayımlamıştır. Bu nedenle Fransız hükümetleri de birçok ulusal ya da uluslararası gazete, dergi, bülten, bildiri izlemek zahmetine katlanmadan, bu görevi titizlikle yerine getirerek kendilerine önemli bir hizmet sunan ve “eşit sadakatle hizmet eden” Havas’ın aboneleri arasında her zaman yer almışlardır.

Bu arada Charles Louis Havas, haber iletişimde kullandığı güvercinlerle Belçika gazetelerinde sabah çıkan haberleri öğle saatlerinde, İngiliz gazetelerinde sabah çıkan haberleri ise öğleden sonra saat 3 sıralarında almayı başarmıştır. Bu yöntemle sağlanan hızlı habercilik, ajansın ününü ve etkisini artırmıştır.

Bu arada, Fransa’da modern gazeteciliğin başlangıcı sayılan 1836 yılında, kitle gazeteciliği yapmak üzere yayına başlayan “Le Siècle” ve “La Presse” gazeteleri de Havas’ın iki önemli abonesi olmuşlardır.

Havas gördüğü rağbeti ve ününü yerel, yöresel, ulusal haberlerinin yanı sıra Avrupa ülkelerindeki borsa ve piyasa değerlerini, kıtanın her tarafına aktarmasıyla böylece başta gazeteler olmak üzere abonelerine daha çok sayıda ekonomi ağırlıklı değişik haberler ulaştırmasıyla

sağlamıştır.

1 Şubat 1863 tarihinde Moise Millaud tarafından yeni bir kitle gazetesi olan “Le Petit Journal”ın yayımlanması ise Fransa’daki modern gazeteciliğin ikinci aşaması sayılmıştır. “5 santim” gibi çok düşük bir fiyatla satılan Le Petit Journal, 1870 yılında 400.000 tiraja ulaşmıştır. 1890 yılından itibaren renkli bir ek de yayımlamaya başlayan Le Petit Journal, 1894 yılında 1 milyon adetlik satışıyla rekor kırmıştır.

Bu gelişmeye, Marinoni’nin 1867 yılında rotatif baskı makinesini keşfi ve 1873’te de bobin kağıtlarına baskı yönteminin başlamasının etkisi büyük olmuştur. Saatte 12-18 bin adet baskı yapan bu makinelerden çıkan gazeteler, 1842’den itibaren hızla geliştirilen 9 ana tren yolu hattıyla ülkenin her köşesine ulaştırılmıştır. 1845 yılında ise ilk olarak Paris-Rouen arasına çekilen telgraf hattı da Fransızlar’ın haber gereksinimini karşılamada devreye giren bir başka etken olmuştur.

3.6. Uluslararası Haber Ajanslarının Tekelciliği

Haber ajanslarının kuruluşlarını izleyen dönemde, yeni buluşlar, uluslararası ticaretin önem kazanması ve dolayısıyla toplumlardaki hızlı gelişmeler çerçevesinde, bireylerin haber alma gereksinimi daha da artmıştır.

Bu nedenlerle gazeteler, yalnızca görüş ve düşünce yansıtma organı olma özelliklerini yavaş yavaş terk ederek çevreyle yerel, yöresel, ulusal sorunlarla ve en önemlisi öteki ülkelerdeki gelişmelerle daha çok ilgilenmeye başlamışlardır.

Böylece gazeteler, çeşitli ve bol haber vermeyi ön plana çıkarmışlardır. Bu gelişmeler çerçevesinde de haber gereksinimi artmış; dolayısıyla haberler daha da ticarileşmiş ve haber ajansları arasında tekelleşmeler başlamıştır.

3.6.1. İşbirliği Anlaşmaları

İletişim teknolojilerinin gelişmesi, uzak noktalar arasındaki haber akışını kolaylaştırırken, dünyanın dört bir yanından haber iletebilmek için birçok yerde muhabir bulundurmanın büyük harcamalara neden olması, haber ajansları arasında işbirliğini gündeme getirmiştir.

Ajanslar, haberlerin toplanma ve aktarılma maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle bütçeleri zorlanmaya başlayınca, kısa sürede çok fazla rekabete girmemek için aralarında işbirliği anlaşmaları imzalamayı kararlaştırmışlardır.

Böylece ulusal pazarlarda, uluslararası haber değişimi yaparak pazarı paylaşma uygulaması başlatılmıştır. Nitekim Charles-Louis Havas'ın ölümünden (1858) sonra 1859 yılında, Londra'daki Reuter ve Berlin'deki Wolff ajansları ile Havas arasında ilk işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır.

Artan istihbarat masraflarını azaltmak, iletişim alanında dünya çapında etkili bölgeler oluşturmak, rekabet koşullarını denetlemek ve mevcut müşterileri korumak amacıyla imzalanan bu anlaşmalara göre Havas, Güney Fransa ve deniz aşırı ülkelerdeki Fransız topraklarını, 1876'dan sonra ise Latin Amerika'yı alırken, Wolff Ortadoğu ve Kuzey Afrika'yı, Reuter ise Britanya İmparatorluğu ile Uzakdoğu'yu, "çalışma alanları" olarak ayırmışlardır.

1869'dan başlayarak 1870'li yıllarda Havas, Reuter (Reuter's Telegram Company Ltd.), Wolff (Continental Telegraphen Kompanie) ve Viyana'da kurulu Korrbureau (Telegraphen Korrespondenz Bureau) arasında yeni işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır.

Bu anlaşmalara göre, Avusturya ajansı yerel niteliğinde kalmış; Havas ve Reuter, kar ve zararda ortak işletmeler kurmuşlardır. Bunlar Fransa'da Havas, Laffitte, Bullier;

İngiltere’de Reuter; öteki ülkelerde ise Havas-Reuter ya da Reuter-Havas adlarını kullanmışlardır. Önemli olan, imparatorlukların dünyanın topraklarını paylaştıkları bir dönemde, üç ajansın da dünyayı haber yayma tekeli açısından bölüşmeleridir. Bölgeler şöyle ayrılmıştır: Havas: Fransız İmparatorluğu toprakları, İtalya, İspanya, Portekiz, Güney Amerika.

Reuter: İngiliz imparatorluğu ile Uzak-Doğu. (Bütün Avrupa ve Hamburg dışındaki bürolarını kapatmıştır.) Continental (Wolff): Almanya, İskandinavya, Rusya. Osmanlı toprakları, Mısır ve Belçika, Havas-Reuter’in ortak alanı sayılmıştır. (Bu uygulama, parçalanmakta olan Osmanlı İmparatorluğu topraklarının, iki emperyalist devletin ortak ilgi alanı sayılmasından kaynaklanmaktadır.)

Öteki yerler isteyene serbest bırakılmıştır. Anlaşma, bölüşülen topraklarda başkasının muhabir ya da temsilci bulundurmasını engellememiş; ancak haber dağıtımını tekele almıştır. Anlaşma hükümlerine göre, öteki bölge ve ülkelerde her ajans, haber toplama, yayma ve yeni müşteriler edinmede özgür bırakılmıştır. Bu anlaşmaya katılan haber ajanslarının örgütlerinin gücü, Amerikan ajanslarının anılan bölgelerde 1905 yılına kadar görünmelerini engellemiştir.

3.6.2. Osmanlı’da Haber Ajansları

1889 yılında anılan uluslararası haber ajansları, aralarında yeni bir işbirliği anlaşması yapmışlardır. Anlaşma hükümleri uyarınca Reuter İstanbul’dan çekilmiş; Osmanlı haberleri, Havas ile Avusturya Ajansı Corrbureau’nun (Telegraphen Correspondenz Bureau) tekeline verilmiştir. Bunun üzerine Corrbureau da İstanbul’da “Constantinople Ajansı” adıyla bir şube açmıştır. Bu gelişmelerden sonra

İstanbul gazetelerine dış haberleri, söz konusu ajanslar vermeye başlamıştır.

Aynı dönemlerde Agence Fournier, Agence Nationale, Agence Télégraphique Bordeano et Compagnie, Pangalo's Agency ve Agence Ottomane gibi küçük çaplı ajanslar da İstanbul'da basılan gazetelere haber kaynağı olmuşlardır.

3.6.2.1. Osmanlı Telgraf Ajansı (1911-1914)

Türkiye'de ilk yerli haber ajansı 1911'de kurulan Osmanlı Telgraf Ajansı'dır. (Agence Télégraphique Ottomane) Salih Gürcü adlı bir kişinin kurduğu, ulusal olmaktan çok ticari nitelik taşıyan bu ajans, devletten bazı yardımlar sağlamış; Havas ve Reuter Ajansları ile im-zalanan anlaşmalar gereğince de bu ajansların Türkiye'de haberlerini yayma yetkisini almıştır.

Gerçekte bu ajans Havas ve Reuter`in örtülü bir kuruluşu olmuştur. Ama yine de ajansın kurulması, "ülkedeki yabancı ajanslar tekelinde ilk gediğin açılması" sayılmıştır. Osmanlı-Alman yakınlaşması üzerine, Bağdatlı Musevi olduğu ileri sürülen Salih Gürcü, Fransa ve Rusya yanlısı yayın yapmak için bu iki ülkenin büyükelçilerinden çıkar sağlamakla suçlanarak, Talat Paşa tarafından görevinden alınmıştır.

Osmanlı Telgraf Ajansı, İngiliz ve Fransız Hükümetleri'nin propagan-dasını yaptığı gerekçesiyle 1914'te kapatılmış; ajansın kurucusu Salih Gürcü, savaş yıllarını Bern'de geçirmiştir.

3.6.2.2. Osmanlı Milli Telgraf Ajansı (1914-1918)

Osmanlı Telgraf Ajansı'nın kapatılmasından sonra hükümet, ülke içi siyasi haberleşmeyi tekelinde tutabilmek, yurtdışında propaganda olanağı bulabilmek amacıyla yeni bir haber ajansının kurulmasını

öngörmüştür. Osmanlı Milli Telgraf Ajansı, bu koşullar altında ve İttihat ve Terakki'nin güdümünde kurulmuştur. Erzurum Mebusu Hüseyin Tosun Bey tarafından yönetilen bu ajans da Alman-Avusturya Haber Ajansları'nın haberlerinin yanı sıra Alman haber alma servislerinden sağlanan bültenleri yayımlamıştır.

Birinci Dünya Savaşı'nda Almanlar'ın ve Osmanlı'nın yenilgisi üzerine, Mondros Mütarekesi (30 Ekim 1919) sonrası İstanbul'un işgaliyle bu ajans da kapanmış; Erzurum Mebusu Hüseyin Tosun Bey de ortadan kaybolmuştur.

3.6.2.3. Türkiye-Havas-Reuter Ajansı (1920-1922)

Osmanlı'nın yenilgisinden sonra İstanbul'a yerleşen yabancılar, Türkiye'de kendi haberlerini yayacak bir ajans kurmaya kalkışmışlardır.

Türkiye-Havas-Reuter Ajansı (THR), 1920 Nisanı'nda bu amaçla kurulmuştur. Ajansın yönetim kurulunda, Türkiye'yi, Hariciye Nezareti'nin Matbuat Müdürü, Havas'ı İstanbul Müdürü Mathu, Reuter'i İstanbul Mümessili Ferguson temsil etmişlerdir.

Ancak Türk temsilci toplantılara katılmadığından, ajans Fransız ve İngilizler tarafından yönetilmiştir. Türkiye-Havas-Reuter, iki yıl süreyle Havas ve Reuter ajanslarından verilen haberlerden oluşan bir siyasi bülten ile Londra'dan alınan bilgilerle, borsa ve bankalar için hazırlanan mali bülten yayımlamıştır.

Türkiye-Havas-Reuter, bir süre daha yalnızca mali ve ekonomik bülten yayınlamakla yetinmiş; daha sonra da tasfiyesine girişilen ajansın, araç ve gereçlerinin yanı sıra yabancı dil bilen personelinin bir bölümü de 6 Nisan 1920'de kurulan ulusal haber ajansı "Anadolu Ajansı"na* devredilmiştir.

*Anadolu Ajansı

Anadolu Ajansı, Osmanlı topraklarının işgal altında olduğu yıllarda, Kuvayi Milliye Hareketi'nin sesini, tüm dünyaya duyurma gereksiniminden doğmuştur.

Mustafa Kemal, Büyük Millet Meclisi açılmadan önce, “askeri ve ulusal teşkilatların mahallelere ve köylere kadar ulaştırılması ve genişletilmesi” için uğraşmıştır. “Ulusal örgütler” oluşturulduktan sonra da buralara Ulusal Bağımsızlık Savaşı ile ilgili bilgiler ulaştırılacaktır. Nitekim bu amaçla önce Sivas'ta “İrade-i Milliye” (14 Eylül 1919) daha sonra Ankara'da “Hakimiyet-i Milliye” (10 Ocak 1920) gazeteleri yayımlanmış; Ankara'da Anadolu Ajansı kurulmuş (6 Nisan 1920); Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi (7 Haziran 1920) oluşturulmuştur.

Anadolu Ajansı, Kurtuluş Savaşı sırasında çok önemli görevler üstlenmiştir. Ajansın yayımladığı bültenler, bir yandan Ankara'daki gelişmeler konusundaki bilgileri, Türk halkına ulaştırarak hükümet ile halk arasında bağlantıyı sağlamış; böylece ulusal şuurun şahlanmasında etkin rol oynamış; bir yandan da Anadolu ihtilalinin, doğmakta olan yeni Devlet'in haklı sesini tüm dünyaya duyurmuştur.

3.6.3. AP'nin (Associated Press) Ortaya Çıkışı

ABD'de, 1848 yılında, 6 gazetenin öncülüğünde “New York Associated Press” adıyla kurulmuş bulunan AP, (ABD'de bu ajanstan sonra 1885 yılında kurulan Western Associated Press de 1892 yılında Associated Press adını almıştır.) Amerika kıtasında bir çeşit tekel oluşturmuştur.

1875 yılında, daha önce anılan üç Avrupalı haber ajansı, AP ile karşılıklı haber değişimini öngören anlaşma imzalamışlardır. Buna göre AP, bu üç ajanstan alacağı haberler için ücret ödeyecek; Avrupa'da ve

Güney Amerika'da hiçbir müşteriye doğrudan servis yapmayacaktır. Buna karşılık bu üç ajans da ABD'de yalnızca AP'ye haber verecektir.

3.6.4. Yeni İşbirliği Anlaşmaları

1889 yılında, Havas, Reuter, Continental ve Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'nun resmi haber ajansı Korbureau (Telegraphen Korrespondenz Bureau) arasında bir başka işbirliği anlaşması imzalanmıştır.

Söz konusu anlaşmalar çerçevesinde, AP uluslararası gelişmesini 1898 yılında Küba ve Filipinler'de, 1902'den itibaren de Orta Amerika'da başlatmıştır.

Havas ve Reuter arasında 1909 yılı Ocak ayında imzalanan bir anlaşmaya göre de Reuter, Britanya İmparatorluğu, Kanada, Hindistan, Avustralya, Yeni Zelanda, Çin, Japonya, Hollanda ve sömürgelerinde haber dağıtımını tek başına gerçekleştirecektir.

Havas ise Fransa, İspanya, Portekiz ve sömürgelerinde, Fas'ta, Güney Amerika'da tek haber dağıtıcısı olacaktır. Daha sonraki yıllarda her iki ajans, bu bölgelerin dışında bulunan ülkelerin ulusal ajanslarıyla ikili işbirliği anlaşmaları yaparak hem haber ağlarını genişletmişler hem de müşteri sayısını çoğaltmışlardır.

Bu arada ABD'de 1907 yılında kurulan özel bir haber ajansı olan United Press Association, (Daha sonra adı 1958'de [United Press International] olarak değiştirilmiştir.) söz konusu ajansların haber karteline karşı önce Japon "Dempo" ajansı ile anlaşmış; 1919'da da Latin Amerika pazarına, Buenos Aires merkezli "La Pensa" ajansı ile işbirliği yaparak girmiştir.

Böylece, 1918 yılında kartelden sağladığı büyük ayrıcalıkla Güney Amerika'da yoğun bir haber servisine girişmiş bulunan Associated Press (AP) ile UP arasındaki reka-

bet yoğunlaşmıştır. Her iki ajans, daha sonraları Asya pazarında da sıkı bir rekabete girmişlerdir. “Hearst’s International News Service” de eklenirse, 20-30 yıl boyunca (1958 yılına kadar) uluslararası haber piyasasında kendi aralarında rekabete giren ABD kökenli ajans sayısı üç olmuştur.

3.6.5. İşbirliğinin Sonu

1925’ten sonra da Havas, Reuter ve AP, dünyayı etki alanlarına göre bölüşen işbirliği anlaşmaları imzalamayı sürdürmüşlerdir. 1927 yılında imzalanan başka bir anlaşmayla AP, Latin Amerika ve Kanada’da haber dağıtma tekeli almış; Güney Amerika Reuter ajansına açılmış; Uzakdoğu ise Havas’a bırakılmıştır.

31 Aralık 1931’de, AP öteki uluslararası ajanslarla işbirliği yapmasını öngören bütün anlaşmaları bozmuş; 1932 Şubatı’ndan itibaren de tam bir özgür çalışma içine girmiştir. Bundan sonra işbirliği anlaşmaları, olanak bulunduğu ikili olarak yapılmıştır. Böylece her haber ajansı, karşılıklı kısıtlamalardan kurtularak bir ölçüde özgürlüğe kavuşmuştur.

1944 yılında da uluslararası haber ajansları arasındaki işbirliği anlaşmaları ortadan kalkmış ve bütün ajanslar, tüm dünyada tam bir serbest rekabet içine girmişlerdir.

3.6.6. Emperyalist Ülkelerin Denetimi

Günümüzde belli başlı haber ajansları, emperyalist ülkelerin elinde ve denetimindedir. Bu ajanslar, “uluslararası şirket” olarak tanıtılsalar da kendilerini ana ülke hükümetlerine bağlayan birer mülkiyet ve denetim yapılarına sahiptirler. Örgütlenme yapıları ise dünya ölçeğinde faaliyet gösteren ticari şirketlerinkine benzemektedir.

İletişim konusundaki dikey iş bölümü, haber sisteminde çevre ülkelerin olay üretmeleri, merkezin bunları habere dönüştürmesi biçiminde belirir. Bu da sorunları merkezin gözüyle görüp değerlendiren gazetecilerin yetiştirilmesi ve olayları merkezin çıkarlarına göre süzgeçten geçiren bir iletişim ağının yaratılmasıyla olur.

Uluslararası iletişimin temel direği sayılan haber ajansları, kitle iletişim araçları için, hızlı haber akışını sağlayan son derece önemli kuruluşlardır. Görsel, işitsel ve yazılı basın, haber, bilgi ve görüntü gereksinimini büyük ölçüde karşılayan bu kuruluşlar, tüm ülkelerde medyanın başlıca kurumu ve can damarı sayılmaktadırlar.

Sürekli gelişme ve teknolojik yenilenme içinde olan ve böylesi etkin bir güce sahip bulunan uluslararası haber ajansları, öteki çok uluslu girişimlerle karşılaştırıldığında, küçük kalmakta; mali güçleriyle ancak son sıralarda yer almaktadırlar.

Ancak bu şirketlerin güçleri ve önemleri, mali kapasitelerinde değil, çağdaş toplumun ana değişkenini, yani haber tekeli elinde bulundurmalarındadır. Çünkü dünyadaki yayın kuruluşları, buldukları ülke dışındaki haberlerin büyük bölümünü, kendi özgün haber kaynaklarından önce uluslararası ajansların haber bültenlerinden sağlamaktadırlar.

Yazılı haber alanında, Amerikan AP (Associated Press), Fransız AFP (Agence France Presse) ve İngiliz Reuters gibi uluslararası haber ajansları, etkinliklerini tüm dünyada sürdürürken; az gelişmiş ülkelere yalnızca yabancı ülkelerden değil, bazen kendi ülkelerinden bile haberler sunmaktadır.

Bu üç haber ajansının çeşitli ülkelerde, 500'e yakın bürosu ya da temsilciliği bulunmaktadır. Bu ajanslar, söz konusu bürolarda kendi milliyetlerindeki gazetecilerin deneti-

minde, yerli halktan görevliler de çalıştırmaktadırlar. Yine, bu üç haber ajansına, dünya çapında abone ve müşteri olan medya kuruluşu sayısı 18.000'i aşmıştır.

3.6.7. AP'nin (Associated Press) Etkinliği

Latin Amerika ülkelerinde, iletişim konusunda yapılan bir araştırma, Associated Press (AP) ajansının bölgedeki tüm haberlerin %80'ini geçtiğini ortaya koymuştur. Öteki yörelerde durum daha farklı değildir. Uluslararası haber ajanslarının, haber seçiminde izledikleri ölçüt ise bilinçli ya da içgüdüsel bir biçimde, uluslararası ekonomik sistemin kaynağını bulduğu kapitalist ülkelerin çıkarları olmaktadır.

Yine yapılan başka bir araştırmaya göre, dünyanın en büyük haber ajansı sayılan Associated Press'in dış ülkelere ulaştırdığı, ABD ile ilgili yerel haberlerin oranı, tüm yayınının %18'ini oluşturmaktadır. AP yayınının, dış ülkelerden ABD içine ulaştırdığı haber oranı ise ancak yüzde 1'i bulmaktadır.

Tekelci büyük ajanslar, gelişme halindeki ülkeleri haber yönünden besler görünürken, oralara gelişmiş ülkelerin ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasal egemenliğini de dolaylı olarak taşımaktadırlar. "Haberlerin özgür dolaşımı" ilkesi, uygulamada bu ajansların, nelerin haber olduğunu belirlemeleri anlamına gelmektedir.

Bunun sonucu olarak da gelişme yolundaki ülkeler, olaylara gelişmişlerin mantığıyla bakmaya, onlar gibi düşünmeye zorlanmaktadır. Özetle bu ülkeler, bir yandan benlik yitirirken, bir yandan da unutulmuşluğa itilmektedir.

Dünya Haber Ajansları Doruğu

Sayın konuklar, meslektaşlarım;

Bir zamanlar uygulamacı gazeteciydim; hem de 20 yılı aşkın bir süre... 9 yıldır akademisyen kimliği taşıyorum; ama hep, ama hep gazeteci kaldım. Sizlere buradan, ömrüm boyunca gurur duyduğum “gazeteci”, özellikle de “ajansçı” kimliğimle seslenmek istiyorum.

İstanbul ve Anadolu Ajansı, ben İstanbul Bölge Müdürü görevini sürdürürken, bu tür iki uluslararası toplantıya ev sahipliği yaptı.

Biri 22-25 Eylül 1988 tarihleri arasındaki Avrupa Haber Ajansları Birliği'nin (EAPA) 31. Genel Kurulu, ötekisi ise 1-3 Ekim 1992 tarihlerindeki Akdeniz'de Kıyısı Bulunan Ülkeler Haber Ajansları (AMAN) Sempozyumu.

Daha sonraki yıllarda yine İstanbul'da, Balkan Haber Ajansları Birliği (ABNA) toplantıları yapıldı.

Bu toplantılardaki konuşmalarına, “Dünyanın en güzel kentine hoş geldiniz.” diyerek başlamıştım. Bu kez de aynı cümleyi tekrarlıyorum: “Dünyanın en güzel kentine hoş geldiniz; sayın konuklar.”

İstanbul'da ilk kez gerçekleştirilen “Dünya Haber Ajansları Doruğu”nun, uluslararası iletişim sorunlarına önemli ve etkin çözümler getirmesi dileğiyle katılımcıları kutluyor, çalışmalarında başarılar diliyorum.

Şimdi sizlere kısaca, bilimsel kitaplarımın birinden söz etmek istiyorum: “Uluslararası İletişim, Haber Ajansları ve Anadolu Ajansı” “International Communication, News Agencies and Anatolian Agency” ya da “La Communication Internationale, Les Agences de Presse et L'Agence Anatolie”

Bakın lütfen kapağa... Dikkatlice bakın... Sizler varsınız kapakta... En azından sizlerden, bizlerden bazıları...

Büyük bölümü gelişmekte olan ülkelerin haber ajansları ve

ajansçıları...

Çoğu kez tek yönlü, dengesiz, yoğun bir uluslararası iletişim trafiği arasına sıkışmış; bu trafikten bunalmış, çeşitli nedenlerle konuşması engellenen, sesini pek çıkartamayan, mırıldanmaya çalışan tipler... Bazılarının dudakları büzülmüş, gözleri de kapalı...

Kapak kitabın içeriğini yansıtıyor... Uluslararası iletişimdeki bağımlılığı, yanlılığı, eşitsizliği, adaletsizliği... Yaşadığımız, üzülererek tanık olduğumuz gerçeği... Kitabımda yoğunlukla bunları dile getirdim.

Mevcut durumun nedeni hepimizce malum... “Bilinen gelişmişlerin” bizlerden bazılarına nasıl baktıklarını, “kalkınma, demokrasi ve özgürlük” masalları anlatılarak, ne tür sömürü ve soygun planları hazırlandığını, ne tür komplolar düzenlendiğini, yeniden dillendirmek istemiyorum, burada.

Bunların canlı ve yakın tanığıyız, hepimiz.

Kültür emperyalizmini, medeniyetler çatışmasını, gizli faşizmi, tekelciliği, tröstleri, kartelleri, en az birileri kadar biliyoruz.

“Embedded” (iliştirilmiş) gazeteciliği biz icat etmedik; biz uygulamıyoruz.

Bunlarla mücadele edilmesi gerekli; hem de yoğun bir biçimde... Sesler yükseltilmeli ve duyurulmalıdır, birilerine...

Çok iyi bildiğiniz gibi, her türlü baskıdan arındırılmış özgür iletişim, gerçek bağımsızlığın koşullarından biridir. Bu nedenle, burada gerçekleştirilen ve benzer çalışmalar, uluslararası iletişimde var olan sorunlara çözümler üretmek için yalnızca önerilerin sıralandığı, sonra da unutulduğu ortamlar olarak görülmemelidir.

Artık görmeyen, duymayan, söylemeyen maymunları oynamaya son vermeliyiz.

Zincirler kırılmalı, çevremize örülme istenen duvarlar yıkılmalıdır. Bunun için de daha sık görüşmeli, ilişkilerimizi yoğunlaştırmalı, sürekli haberleşmeliyiz. Daha yakın ilişkiler, daha yoğun bir işbirliği gerek bizlere...

Birbirimize eşit davranmalıyız...

Güçlerimizi birleştirmeli, birbirimize dayanmalı, destek olmalıyız. Deneyimlerimizi paylaşmalıyız.

Bir yandan da çevredeki “bilinen” bazı kuruluş ve meslektaşların, etik değerlerle, basın meslek ilkeleriyle çelişen, bireysel ve toplumsal ahlak dışı, çirkin uygulamalarından ders alarak “ilkeli” davranmalıyız.

Bu yüzden diyorum ki:

İster ulusal, ister bölgesel, ister uluslararası kimlikli olsun, özellikle de gelişmekte olan ülkelerin haber ajansları:

- Uluslararası rekabet için maddi kaynaklarını artırmalı; altyapılarını güçlendirmeli, gelişmiş bilişim ve iletişim teknolojileriyle donatılmalıdır.
- Haber yayınlarının kalitesi, nicelik ve nitelik yönlerinden uluslararası ölçütlere yükseltilmelidir.
- Söz konusu ajansların haberleri, ülkelerinin buldukları bölge ve yöreler dışına da ulaştırılmalı, bu haberlere gereksinim duyulan bir ortam yaratılmalıdır.
- Hangi mesleki örgüte üye olurlarsa olsunlar bu ajanslar, görüntülü haber değiş tokuşu için ilgili birimler oluşturmalı ve bu alandaki işbirliği yoğunlaştırılmalıdır.
- Yine bu ajanslar, personel eğitimine ağırlık vermeli; yeni teknolojilere hızlı uyum için sürekli olarak ortaklaşa düzenlenecek kurslardan, gazeteciler ve teknik personel yararlandırılmalıdır.
- Şimdi dünya üzerindeki bütün haber ajansları için sesleniyorum. İster ulusal, ister bölgesel, ister uluslararası kimlikli olsunlar, haber ajanslarının yayınları:

- Uluslararası barıştan yana olmalı, barışın güçlendirilmesini desteklemelidir.
- Uluslararası yakınlaşmayı sağlayacak bir politika izlemeli; bireyler, topluluklar ve uluslar arasında nefreti, düşmanlığı körüklemekten kaçınmalıdır.
- Bir ulusun, bir topluluğun ve bireyin kültürel değerlerini ve inançlarını (ya da inançsızlığını) doğrudan saldırı konusu yapmamalıdır.
- Her türden şiddeti haklı gösteren, özendiren, kışkırtan örnek ve uygulamalardan uzak durmalıdır.
- Demokrasi ve insan haklarının gelişmesine, yaygınlaşmasına katkıda bulunmalı; insanlığın evrensel değerlerine, çok sesliliğe, farklılıklara saygıyı savunmalı; milliyet, ırk, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığı yapmadan, tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin saygınlığını tanımalıdır. Ve de en önemlisi:
- İster ulusal, ister bölgesel, ister uluslararası kimlikli olsunlar, dünya üzerinde faaliyetlerini sürdüren tüm haber ajanslarının yayınları: bireylere karşılıklı saygı, sevgi ve hoşgörü duyguları ile yaşama sevinci aşılamalıdır.
- Yazmadan önce, kalemlerimizi zehirlere değil, mürekkebe batırmalıyız...

Tekrar çalışmalarınızda başarılar diliyor; saygılarımı sunuyorum.

Doç. Dr. Atilla Girgin, “Küreselleşen İletişimde Haber Ajansçılığı” konulu bu konuşmayı, Anadolu Ajansı tarafından dünyada ilk kez İstanbul’da, 14-17 Nisan 2003 tarihleri arasında düzenlenen “Dünya Haber Ajansları Doruğu”nda, 15 Nisan 2003 günü yapmıştır.

Dünya Haber Ajansları Doruğu’na, Anadolu Ajansı’nın da üyesi bulunduğu OANA (Asya Pasifik Haber Ajansları Birliği), ABNA (Balkan Haber Ajansları Birliği), AMAN

(Akdeniz’de Kıyısı Bulunan Ülkeler Haber Ajansları Birliği) ve EANA (Avrupa Haber Ajansları Birliği) üyesi 58 haber ajansından 113 temsilci katılmıştır.

4. KÜRESELLEŞME (GLOBALLEŞME)

Bazı tarihçiler küreselleşmenin (globalisation, mondialisation) kökenini, ilk insanın (homo sapien) yıllar önce (100 bin ile 300 bin yıl) Afrika'nın göbeğinden dünyanın öteki kıtalarına doğru göçe başlamasına kadar götürmektedirler. Philippe Moreau Defarges

Yaşadığımız çağa politik, toplumsal ve ekonomik açıdan hakim olan düzen küreselleşmedir. Küreselleşme kavramı genellikle, ulus üstü alanda yapılanan kapitalizmin açıklanmasında temel bir öneme sahiptir.

Ancak bu önem, sadece ürün ve hizmete dayalı ticaret değil; sermaye akışı, para ve finansal kaynakların dolaşımıyla da bağlantılıdır. Esasen küreselleşmenin dünya genelindeki hakim oyuncularını, on yıldan fazla bir süredir ulusal sınırların ötesindeki pazar ve üretimi bütünleştiren birkaç yüz şirkettir.

Küreselleşme (globalleşme) kavramını, ağırlıklı olarak 1980'lerden sonra gündeme yerleşmiştir. Ancak ilk yıllarda, küreselleşmenin tanım ve kapsamı konusunda, amaç ve beklentilerin çeşitliliği nedeniyle tam bir uzlaşmaya varılamamıştır.

Küreselleşmenin ekonomik ilkeleri: Sermaye piyasalarının, uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi, emek piyasalarının esnekleştirilmesi, toplumsal harcamaların kısılması, vergilerin azaltılması, özel sektörün desteklenmesi biçiminde belirginleşmiştir.

Ekonomik anlamda küreselleşme, uygulamalarda görüldüğü kadarıyla "Dünya piyasasının küreselleşmesidir." Bir anlamda sermayenin küreselleşmesidir. Dünya ekonomisinin bütünleşmesi, gerçekte mal ve sermaye akışlarının uluslararasılaşmasıdır.

Kendini bir düşünce akımı ve bir politik program gibi

sunan küreselleşme ya da “globalizasyon”, aslında liberalizmin günümüz koşullarına uyarlanmış halidir.

Dünya çapındaki yatırımcılar, yöneticiler, işçiler ve pazarlarla birlikte “devletsiz” süper güce sahip ulus üstü şirketlerin yaratılmasına dönük çabalara rağmen, lider kapitalist ulus devletler ve bölgeler arasında giderek artan bir rekabet de göze çarpmaktadır.

Bu durum, birbiriyle uyumlu ve bütünleşmiş dünya pazarının şimdiye dek hiç görülmemiş varlıklı bir kesimi ortaya çıkaracağı önermesini gündeme getirmektedir. Gerçekte küreselleşme ile kastedilen şey, etkin ve geçerli bir ekonominin temel ilkeleri olarak, “kar maksimizasyonuna”, serbest mal ve sermaye akışına dönük asgari düzenlemeyi öngören neo-liberal ekonomik politikalardan başka bir şey değildir.

Bir tanıma göre küreselleşme, “Hangi alanda olursa olsun, ekonomiden sanata, bilimden iletişime herhangi bir çalışmada, üretimde, yapımda, dünya çapında geçerliliği, ağırlığı, öncülüğü olan ölçütlerin dikkate alınması ya da etkili hale gelmesi, benimsenmesi, dünyaya açılarak yerelliğin, ulusallığın reddedilmeksizin dışına çıkılması ve evrenselleşmeyle bağdaştırılması, birleştirilmesi”dir.

Bir başka tanıma göre de küreselleşme, dünya genelinde toplumlar, kültürler, kurumlar ve bireyler arasında hızla gelişen ve karmaşık yapıya karşılıklı ilişki biçimleridir. Küreselleşmenin amacının, içeriği, etkileri ve sonuçları irdelenmeden en basit anlamıyla, “farklı toplumsal kültürlerin ve inançların daha yakından tanınması; ülkeler arasındaki ilişkilerin yaygınlaşması ve yoğunlaşması sürecini meydana getirmek olduğu” da iddia edilmektedir. Başka bir değerlendirmeye göre de küreselleşme, “Ülkeler arasındaki ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklen-

tilerin daha iyi, ancak birbirleriyle bağlantılı olguları içermesi, bir anlamda maddi ve manevi değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin, ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması” biçiminde sunulmaktadır.

4.1. Küreselleşme ve Gelişmekte Olan Ülkeler

Küreselleşme iletişim, ulaşım, bilgi akışı ve tüketim alışkanlıkları açısından ülkelerin birbirine yakınlaşmasını sağlamaktadır. Sermayenin küreselleşmesi bağlamında ise “eşitsiz büyüme”yi hızlandırmaktadır.

Bu süreç bir yandan da gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki çeşitli farklılıkları derinleştirmektedir. Bazı örnekler irdelendiğinde, küreselleşmenin ekonomik açıdan, daha çok Batı merkezli kapitalizme yarar sağladığı görülmektedir. Bu nedenle bazı düşünürler:

“Bilen bilmeyen küreselleşmeyi, gelişmekte olan ülkelere yeni ve geniş gelişme ufukları açan bir şey zannediyor. Oysa küreselleştin mi aslında, sistemin pazarı oluyor-sun. Başka türlü söylersek sistem, gezegenin öteki ülkelerini ekonomik denetime almanın adını, kibarlık olsun diye, küreselleşme koymuş.” görüşünü savunarak küreselleşmeye karşı çıkmaktadırlar.

Ancak küreselleşme, tüm yönleri ve etkileriyle değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Dolayısıyla küreselleşme kavramı, ekonomik, siyasal, sosyal ilişkilerin ülkeler arasında yaygınlaşması anlamına gelmekte; üretim, tüketim ve finans piyasalarının yanı sıra hukuk, demokrasi, insan hakları, siyasal sistem, din ve laiklik, kültürel ilişkiler, eğitim, çevre bilinci, sağlık gibi alanları da kapsamaktadır.

Kapitalizm, toplumlarda bireylerin tüketim gereksinimlerinin karşılanmasını sağlamakta; ancak bireye bu gereksinimlerin neler olabileceğini seçme yetkisini vermemek-

tedir.

Kapitalist üretim, daha sonra tatmin edeceği istekleri doğurmaya yetkin olması açısından, kendi kendine bağımlıdır. Kapitalist sistemin geniş üretkenliğinin, bu piyasaya katılanların isteklerinin büyük bölümünü karşıladığı bir gerçektir.

Eğer isteğin tatmini mutluluk sayılırsa o zaman, “Kapitalizm, mutlulukta bir artış vaat ediyor.” denilebilir. Ancak bu düşünceye göre, tatmin edilmemiş isteklerin de mutsuzluğun gerekçesi olması sonucuna varılabilir. Bu çelişkiye rağmen birçok toplum (özellikle gelişmişler), yeni-kapitalizm ve küreselleşmeye, genel çizgilerde olumlu bakmaktadır.

Bir grup küreselleşmeye olumlu bakarken, karşıt grup, “küreselleşmenin, bize ait olanı yıprattığı, bozduğu güdükleştirdiği” gerekçeleriyle bu uygulamayı, özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük bir tehdit olarak görmekte-dirler.

Batı dışındaki uluslar, “hızla sömürülme duygusu” çerçevesinde, küreselleşmeyi “içi büyük ölçüde ABD güdü-mündeki Batı tarafından doldurulmuş, antipati kazanmış ‘Batılılaşma’ kavramının yerine ikame edilmeye çalışılan yeni bir ideoloji” olarak tanımlamaya başlamışlardır.

Büyük sermaye sahibi, geniş üretim kapasiteli çok uluslu şirketlerin her geçen gün artması, bu yeni tip firmaların müşteri talebinin aynı oranda çoğalmasıyla söz konusu kuruluşlara yetecek geniş pazarlara gereksinim de kendini hissettirmektedir.

Bir yandan da ulusal politikaların alanını daraltan, ulusal hükümetleri eskiye oranla bağlayan ve güçlü yaptırım mekanizmalarıyla desteklenen, ticaret, hizmetler ve fi-kri haklar üzerindeki çok taraflı anlaşmalar gündeme gelmektedir. Bu da küreselleşme politikalarının hızla

gerçekleştirilmesine olanak vermektedir. Bu politikalar, doğal olarak gelişmiş ülkelerce, onların kısa ya da uzun vadeli yararları, gereksinimleri doğrultusunda ve öteki ülkeleri de bağlayacak şekilde düzenlenmektedir.

4.2. Küreselleşme ve Global Medya

“Malların, sermayenin, enformasyonun ve emeğin tek tip düzenleme altında, dünya çapında dolaşımı ve bunun giderek anıdalaşmaya yönelmesi” biçiminde de tanımlanan küreselleşmenin, kitle iletişim araçlarının katkısı olmadan gerçekleşmesi mümkün değildir.

Uluslararası ekonominin yeniden yapılandırılmasında ve ekonomik üstünlüğün sürdürülmesinde bilgi, kilit konumundadır. 1980’li yıllarda, gelişmiş ülkelerde yoğun bir bilgi üretimi yaşanmıştır.

Kitle iletişim araçları ve yöntemlerinde, aynı yıllarda başlayan ve günümüzde yoğunlaşan bu hızlı gelişmeler, toplumlarda ekonomik, politik, sosyal ve kültürel kargaşalara yol açmakta; bu alanlardaki değerler ve ölçütler bütünüünün yeniden gözden geçirilmesini zorunlu kılmaktadır.

İletişim ile gelişme arasında yakın ilişkiler vardır. Kitle iletişim araçları ülkelerin gelişmelerine ve kültürel kimliklerinin korunmasına yardımcı olur. Bu yüzden, kitle iletişim araçlarının üstlenecekleri rol çok önemlidir.

Ürettikleri politikaları dünyaya yaymak isteyen kapitalist ülkeler, bunları yayan medyayı gözeterek global bir medyanın ortaya çıkmasına yardımcı olmuşlardır. 80’li yıllardan itibaren birçok şirket medya sektöründe büyük bir tekelleşmeye yol açmıştır. Medya’daki tekelleşme, kapitalist üretim sisteminin tekelleşme eğilimine bağıntılı olarak gelişmiştir.

Küreselleşmenin medya kuruluşlarına en büyük etkisi,

kamu hizmeti modelinin yok olmaya yüz tutarak tecimsel iletişim modelinin egemenliğini pekiştirmesidir. Tekelci medya büyük boyutlarda işleyen kurumsallaşmasıyla bireyin yabancılaşmasını küreselleştirmiştir. Tüm kapitalist işletmeler gibi kar amacıyla çalışan medya, aynı zamanda kapitalist düzenin sürdürülmesi ve yığınları buna ilişkin yönlendirmesi bakımından en önemli silah konumuna gelmiştir.

Bilgiye erken ve yoğun biçimde sahip olanların, üretim yöntemlerini öncelikle değiştirerek ya da geliştirerek verimlilikleri, dolayısıyla GSMH'yi artırdıkları bir gerçektir. Bir başka gerçek de gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasında, dengesiz bir biçimde süregelen bilgi akışının, neredeyse tek yönlü hale dönüşmesidir.

İletişim ağlarının küreselleşmeyi destekleyen teknik özellikleri şöyle sıralanabilir:

“1) Telekomünikasyon ağları, görüntü, ses, metin, bilgisayar verileri ve her türlü elektriksel imlemi (sinyali) ortak bir sayısal temelde birleştirmiştir.

2) İletişim maliyetleri düşmüştür. Sayısal araçlar da daha ucuza üretilmektedir. Sayısal ağlardaki verimlilik artmış, belirli kapasitede akan enformasyon miktarı hızla çoğalmıştır.

3) İletişim teknolojilerindeki gelişme sayesinde, coğrafi uzaklıkların maliyete etkisi azalmıştır.

4) İletişim süreci üzerinde hem alıcının hem de vericinin enformasyonu toplama, işleme sunma ya da alma sürecindeki esneklik artmıştır.”

Görüldüğü gibi, küreselleşmenin teknik altyapısını kitle iletişim araçları oluşturmaktadır. “Global Medya”, Yeni Dünya Düzeni'nin (YDD), serbest piyasadaki finans gücünün yanı sıra en önemli araçtır.

Küreselleşmenin en ateşli avukatı olan global medyanın

asıl amacı, her türlü, yerel, bölgesel ve ulusal değer yargılarına karşı çıkararak, serbest piyasa ve sermayenin egemenliğini öngören YDD ideolojisinin bir propaganda aracı olmaktadır.

Üstelik YDD'nin, bir başka deyişle dünya üzerindeki neo-liberalizmin, "yeni sağ"ın, "tek düşünce"nin meşrulaşarak yasallaşabilmesi için global medya, kimi zaman ve mekanlarda, serbest piyasanın finans gücünden daha da fazla önem kazanmaktadır.

Global medya, liberalizmin küresel çapta "rıza üreticisi" konumundadır. Global medya örneklerinde, çoğu kez paranın (sermaye, kar, rekabet) tayin edici ve neredeyse tek değer yargısı olduğu, her haber ve yazının "leitmotiv"idir. Global medya, genelde, dayanışma, kamusal bilinç, yurttaş hakları, özgürlük, emekçi sorunları gibi solun temel değer yargılarına karşı, acımasız ve amansız bir ideolojik savaş açmıştır.

Uluslararası büyük kuruluşların paketledikleri ve teknolojinin yaydığı iletiler, kitleleri yönlendirmektedir. Kitleler, reklamlarla kandırılmakta; propagandalarla ikna edilmekte; gösterilerle eğlendirilmektedir.

Ürün satmak için uygulanan tüm bilimsel yöntemler, düşünce satmak için de kullanılmakta ve süslenerek paketlenen düşünceler alıcı bulmaktadır.

Kar ve rekabet mantığıyla hareket eden global medya şirketlerinin, günümüzde en önemli amacı, bundan böyle ürünlerini mümkün olan en geniş tüketici kitlesine ulaştırmaktır. Bu durumda da sürekli genişlemeci bir eğilim vardır ve bu eğilim durmaksızın genişletilmiş mekanlar (yazılı basın organları, görsel işitsel medyalar) ve piyasalar inşa edilmesi yönünde çalışmaktadır. Bu görüşün savunucu ve uygulamacılarına göre, ulusal toplulukların eski sınırlarının ve engellerinin yıkılması artık zorunlu-

dur. Çünkü bu sınırlar, ticari stratejinin yeniden örgütlenmesinin önündeki keyfi ve irrasyonel engeller olarak görülmektedir.

4.3. ABD'nin Rolü ve Uluslararası Kuruluşlar

Bugün görünen odur ki ABD ve öteki gelişmiş kapitalist ülkelerin çok uluslu şirketleri, içinde yaşanan dünya sistemini örgütlemekte, geliştirmekte ve yaşatmaktadır. Eğitim ve bilimsel araştırmalar, her türlü uygulamalar, bu sistemin gereksinimlerini karşılayacak biçimde yürütülmektedir.

Küreselleşmede de birçok konuda olduğu gibi, ABD başrolde bulunmaktadır. Çünkü iki kutuplu siyasal düzenlen sonra dünyanın yeni düzenini oluşturmak, büyük ölçüde ABD'nin tekelinde kalmıştır. ABD bu tekel konumunu, tabii olarak kendi dünya hakimiyetini pekiştirmek için kullanmaya çalışmaktadır.

Bu çaba aslında, ABD'nin 2. Dünya Savaşı sonrasında başlattığı bir sürecin uzantısı olarak da görülebilir. 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD, ekonomik, sosyal ve politik bir uluslararası yapılanmayı hedeflemiş; bu amaçla birçok uluslararası örgütün kurulmasına öncülük etmiştir. (Birleşmiş Milletler, Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası vb.)

21. Yüzyıl'ın başlangıcında, dünya, geleneksel politik blokların ortadan kalktığı, her alanda liberal eğilimlerin güçlendiği, teknolojik gelişmenin sınır tanımaz bir biçimde önemli değişmelere yol açtığı bir döneme girmiştir ve bu süreç hızla devam etmektedir.

Bu siyasi yapılanma sürecinde ısrarın en önemli nedeni, ABD ekonomisinin devleri konumundaki şirketlerin, dünya pazarlarında serbestçe hareket edebilmelerini sağlamaktır. ABD kökenli şirketlere bakılırsa, bunların

uluslararası niteliğe kavuşma ya da dışa açılma sürecinde öncü oldukları görülmektedir.

Öte yandan, ülkeler arasında ekonomik, politik ve teknolojik bağların artması, işbirliği hareketlerini körüklemektedir. IMF (International Monetary Fund - Uluslararası Para Fonu), GATT (General Agreement on Tariffs and Trade - Ticaret ve Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması) ve WTO (World Trade Organization - Dünya Ticaret Örgütü), UN (United Nations - Birleşmiş Milletler [BM]) Dünya Bankası (The World Bank), gibi kuruluşlar küreselleşme, EU (The European Union - Avrupa Birliği [AB]), NAFTA (The North American Free Trade Agreement - Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması), EFTA (European Free Trade Association - Avrupa Serbest Bölge Birliği) ise bölgeselleşme çerçevesindeki bir işbirliğini simgelemektedir. Bu kuruluşlara ve dünyanın geleceğine yön veren asıl güç, ekonomisi güçlü devletlerin oluşturdukları özel gruplardır.

Beşler Grubu (G-5): ABD, Japonya, Almanya, Fransa, İngiltere, Yediler Grubu (G-7): G-5 artı Kanada ve İtalya, Onlar Grubu G-10: G-7 artı Belçika, Hollanda ve İsveç'ten oluşur. İsviçre de gruba sonradan katılmış, ancak grubun adı değişmemiştir.

Bu arada, İslam ülkeleri arasında ekonomik, siyasal ve askeri gruplaşma çabaları da bu ülkelerdeki iktidar mücadelelerinde, en başat konu haline gelmiştir. Günümüzde, herhangi bir Müslüman ülkedeki İslam kimlikli operasyonlar, Batı karşıtı faaliyetler olarak lanse edilmektedir. Bunun temelinde de batılılaşma yerine herhangi başka bir “şeyleşme”nin, küreselleşme dışında kalmayla özdeş sayılması yatmaktadır. Bu yaklaşım da küreselleşmenin, her kültürün ve ekonominin, eşit çıkar sağlayabileceği bir süreç olmadığının, bir başka açıdan kanıtı sayılmaktadır.

4.4. Global Medyaya Türkiye'deki Engeller

Türkiye medyasının, hem mali-organik, hem de siyasal-ideolojik açıdan global medyayla ilişkilerine bakıldığında, ilginç gözlemler yapılabilir. Şöyle ki: Türk medyası, uzun yıllar boyunca, yurtdışındaki önemli başkentlerde muhabir bulundurmak ve yabancı gazetelerden tercüme yapmak dışında, dünya medyasıyla herhangi bir ilişki içinde olmamıştır.

Türk medyası, 90'lı yıllardan itibaren, yabancı sermayeyi ilgilendirme dönemlerinde, yani özelleştirme sürecinin başlangıcında, yabancı basın yatırımcılarıyla tanışmıştır. Rupert Murdoch ve Robert Maxwell'in, kendileri ya da yakın çalışma arkadaşlarının yanı sıra Fransa'dan Hachette ve Europe-1 Grubu, Türkiye'den, günlük gazete, dergi grubu, radyo ve televizyon istasyonları satın almak amacıyla girişimlerde bulunmuşlardır. Bu girişimler o zamanlar sonuçsuz kalmıştır.

Daha yakın bir geçmişte, İtalyan ve İspanyol dergi grupları, büyük Türk medyasının bazı dergi gruplarına, önce isim haklarını satmışlar; bir süre sonra da ortak olmuşlardır. Halen süren bu ortaklıklar gereği, grubun Türk yöneticileri, örneğin yeni bir dergi yayımlamak için, İtalyan ya da İspanyol ortaklarının onayını almak zorundadırlar.

Global medyanın şimdiye kadar cılız kalan, Türkiye pazarına mali girişi bir yana, global medya ideolojisinin, Türk medyasına nüfuz etmesini önleyen bazı engeller bulunmaktadır. Bunları şöyle sıralamak mümkündür: “1) Türk medyasının temel nitelikleri arasında bulunan milliyetçilik ve militarizm, ideolojik açıdan global medya anlayışıyla çelişmektedir.

Türkiye'de gazetecilerin büyük bölümünün dilinin, 'sivil

bir dil' olmadığı, yaygın biçimde söylenmektedir. Bu değerlendirme büyük ölçüde, basının kendi yeri konusundaki kararsızlığından kaynaklanmaktadır.

Totaliter bir rejimle yönetilmeyen ülkelerde, basının yeri, tabii ki devletin değil toplumun yanındadır. 'Rejimin gazetesi' gibi bir nitelik, ancak tek parti ve devletin iç içe girdiği bir yönetim biçiminde anlamlıdır.

Türkiye'deki rejimi 'totaliter' olarak nitelemek olanaksızdır; ancak yine de tüm kurumlarıyla oturmuş, 'batı tipinde bir demokrasi' biçiminde tanımlamak da mümkün görülmemektedir.

Türkiye, hukuk devletinin birçok kurumunu benimsemiş; ancak bu kurumlara gerçek işlevini kazandıran ruhu önemsiz gören ve her kritik anda otoriterliğe kolayca kaymaktan geri kalmayan, bir yönetim anlayışıyla işleri yürütmektedir.

2) İşletmecilik ve finans açısından, Türkiye'de geçerli yasal ya da gayri yasal yöntemler, global işletmecilik ve muhasebecilik kurallarıyla çoğu zaman ters düşmektedir.

3) Gerek Avrupa çapında, gerekse uluslararası düzeyde, Avrupa Birliği, Avrupa Parlamentosu, Avrupa Konseyi ya da Unesco gibi kuruluşların yayımladıkları basın meslek ahlak kuralları ile Batı ülkelerinin, gazetecilik, habercilik teknik ve gelenekleri de Türkiye'de herhangi bir uygulama alanı bulamamaktadır.

4) Dünyada, ideolojik olarak globalizasyondan yana olanların, özellikle siyasal alanda savundukları liberalizm, Türkiye'de hem yasalar hem de kamuoyu tarafından onay görmemektedir."

4.5. Küreselleşme-Yerelleşme

Ulusal kültür, kimlikler ve farklılıklar gibi konuların yoğun bir biçimde tartışıldığı son günlerde, küresellik /

evrensellik karşısında yerellik ve yöresellikten yana tavır koyanların sayısında bir artış gözlemlenmektedir. Özel bir endişe kaynağı da giderek daha fazla küresel ve yurtsuz hale gelen seçkin kesimle geride kalan “yerelleşmiş” kesim arasında, süreç içinde artan iletişim kopukluğudur. Anlam ve değer üretim merkezleri günümüzde yurt ötesidir; yerel kısıtlamalardan kurtarılmıştır. Ne var ki bu durum, söz konusu değer ve anlamların sunulacakları bireyler için geçerli değildir. Küreselleşme süreciyle bölgeler ve ülkeler arasındaki sınırlar giderek ortadan kalkmaktadır. Teknolojik gelişmelerin sağladığı olanaklarla birçok işletme dünya pazarına girebilmektedir. Ulaşılan kitle de bununla orantılı olarak genişlemektedir. Küreselleşmeyle paralel giden bölgeselleşme, aslında anlam olarak zıt gibi görünse de uygulamada küreselleşmenin altyapısını hazırlayan bir gelişmeden ibarettir. Çünkü bütün bölgesel ekonomik yapılanmalar, aslında gelecekteki tam küresel ticaretin standart kurallarını oluşturma projeleri biçiminde ortaya çıkmaktadır. Dünya bir taraftan küreselleşirken, bir taraftan da bölgeselleşmektedir. Küreselleşme ekonomik, politik, kültürel boyutta etkileşimlerle toplumlararası bütünleşmeyi içerirken, beraberinde farklılaşmayı getirmektedir. Burada bölgesel, ulusal ya da yerel kültürlerin, etnik kimliklerin ön plana çıkışı söz konusudur. Örneğin el sanatları, müzik, dans ve hatta değişik ülkelerin yemekleri gibi bir çoğu unutulmuş kültürel ürünler, tekrar gün yüzüne çıkmakta ve hatta önemli bir bölümü “dünya olgusu” haline gelmektedir. Pek çok olay, sorun, faaliyet, gerçekleştiği sınırları aşarak küresel ölçekte ses getirmektedir. Böylelikle yöresel ya da ulusal bir olgu, bir dünya olgusu haline gelmekte ya da

bunun tam tersi de gerçekleşebilmektedir.

Küreselleşmenin, bütünleşmenin yanı sıra farklılaşmaya da yol açması sonucu, ulus devlete tepki olarak bölgesel ve yöresel boyutta ayrılıkçı hareketlerin, ulus olma ya da özerklik talepleri dikkati çekmektedir. Bu ise küreselleşmenin, etkilerin tepkileri doğurduğu çift kutuplu bir süreç olmasının sonucudur. Gerçekten de küreselleşme, karmaşık süreçlerin bir araya geldiği bir olgular kümesidir.

Küreselleşme sürecinin herkesin paylaştığı var sayılan etkileri, aslında tümüyle birleştirici değildir. Küreselleştirme birleştirdiği kadar böler de... Küreselleşme süreçlerinin ayrılmaz bir parçası, mekanı giderek bölme, insanları ayırma ve dışlamadır.

Küreselleşmeye maruz kalan insanların yeni kabileci ve köktenci eğilimi kadar, küreselleşen üst kültürün yaygın olarak sözü edilen “melezleşmesi” de küreselleşmenin meşru bir çocuğudur.

Öte yandan, bir değişik görüşe göre de küreselleşmeye yönelik tüm eleştirilere ve ABD'nin uluslararası medya üzerindeki egemenliği konusundaki tüm şikayetlere rağmen, ABD ile öteki ülkeler arasındaki kültürel ilişkiler, yabancı siyasetçilerin ve aydınların sıkça vurguladıkları gibi kesinlikle tek yönlü olarak gerçekleşmemektedir. Çünkü öteki ülkeler yalnızca tüketici konumundayken, kültürün önde gelen üreticisi yalnızca ABD değildir ve olamaz da... Aksine tüm dünyada farklı ve giderek heterojenleşen kültürler ve toplumlar arasındaki çok yönlü ilişkiler söz konusudur.

Aslında küresel kültürün melez doğasını, Amerikan kitle kültürünün hem modern çağın öncülerine hem de çağdaş dış kaynaklı etkilere olan bağımlılığın yarattığı karşılıklı etkileşim tam anlamıyla açıklamaktadır.”

4.6. Emperyalizm

Emperyalizm, bir devletin başka bir devlet ya da devletler topluluğu üzerindeki ekonomik, askeri, kültürel ve benzeri egemenliği olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla emperyalizm, uzak toprak parçalarında karlı ekonomik faaliyetlerde bulunmak emelinden öte bir nitelik taşımaktadır. Çünkü zengin (gelişmiş) ülkeler, daha da büyüye-bilmek için, dünya egemenliği yarışına kalkışmakta ve olabildiğince çok ülke ya da ulusu, kendi kültürlerini kullanarak etkilemeye çalışmaktadır.

Böylece sınırlar ötesine taşan büyük ülke kültürleri, çağımızda kültür emperyalizminin güçleri olmakta ve özellikle az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin kültürlerini olumsuz yönde etkileyerek yozlaştırmaktadırlar. Azgelişmişlik kavramını açıklamak için genelde, nüfus çokluğu, tarıma dayalı ekonomi, milli gelirin dağılımındaki eşitsizlik ve kişi başına düşen payda azlık, eğitim yetersizliği gibi ölçütler kullanılır. Ancak temel özellik (bağımlılık)tır.

4.6.1. Emperyalizmin 5 Boyutu

Emperyalizm bir başka tanımla, tekellerin ve mali sermayenin kurulduğu, sermaye ihracının birinci planda önem kazandığı, dünyanın uluslararası tröst ve karteller arasında paylaşılmasının başlamış olduğu ve dünyadaki bütün toprakların, en büyük kapitalist ülkeler arasında bölüşülmesinin tamamlanmış bulunduğu bir gelişme aşamasına ulaşmış kapitalizmdir.

Günümüzde böyle somut bir tablo görülmemesine rağmen, geniş anlamdaki emperyalist ilişkide, merkez ülkenin egemen güçleri, çevre (azgelişmiş) ülkenin egemen güçlerine nüfuz ederek, her ikisinin egemen güçlerinin

yararına işleyen bir süreç yaratmaktadır. Ancak, merkez ve çevre ülkelerin egemen güçleri arasında bir ittifak kurulurken, her iki ülkenin çalışan sınıfları arasında bir ittifakın gerçekleştirilmesi ise önlenmeye çalışılmaktadır. Emperyalist ülkelerle gelişmekte olan (azgelişmiş) ülkeler arasındaki egemenlik ilişkisi, emperyalizmin beş boyutu çerçevesinde şöyle değerlendirilebilir:

a) Ekonomik

Eşitsiz altyapı, kaynak, teknoloji, üretim, iş bölümü, değişim, dağılım ve tüketim. Merkez ulus (egemen devlet), çevre ülkelere yardım eder görünürse de aslında onları sömürür.

b) Siyasal

Karar alma işlevinin, çevre ülkeden merkez ülkeye aktarılması. (Bazı ülkeler karar üretirler, ötekiler de bunları uygularlar. Kararların alınması, ya başvuru ya karşılıklı danışma yolları ya da doğrudan model taklidi biçiminde gerçekleşebilir.)

c) Askeri

Gerekli teknolojik aygıtları geliştirecek sınai kapasiteleri bulunan merkez devletin, aynı özelliğe askeri alanda da sahip olması doğaldır.

d) Kültürel

Emperyalizmin 4. boyutu “kültür”dür. Merkez ulus, çevreye kültür aşıladığı gibi modellik de eder. Çevredeki kültür, denetim altına alınır; kapitalist değerler ve ilişkiler yerleştirilmeye çalışılır. Böylece, bu global toplumsallaşma süreci içinde sistemin yaygınlaşması ve meşrulaşması gerçekleştirilir.

e) İletişim

Emperyalizm, dünyaya çok uluslu ekonomik şirketler aracılığıyla nüfuz etmekte ve girdiği azgelişmiş ülkenin egemen güçleriyle de işbirliği yapmaktadır. Bu şirketler,

girdikleri ülkelerde etkinliklerini sürdürürken, dünya halkları arasındaki iletişim de yine batı kaynaklı iletişim kurumları, teknolojileri ve ürünleri aracılığıyla denetim altında tutulmaktadır.

Bu alanda, her yeni gelişmeden sonra bir önceki iletişim teknolojisi ve iletişim araçları, eski üretim (ekonomik), tahrip (askeri) ve yaratma (kültürel) araçlarıyla kolayca çevre ülkelere satılmaktadır.

4.6.2. Emperyalizm ve Kültürel Sömürgecilik

Dünyadaki yazılı, sözlü, görüntülü bilgi üretim ve dağıtımı, büyük ölçüde batılı ülkelerin elinde bulunduğundan, iletişim akımındaki bu eşitsiz ve tek yönlü yapı, çok yönlü bağımlılığın doğmasına neden olmaktadır. Bu süreç de kültürel sömürgeciliğin tüm hızıyla gelişmesine yol açmaktadır.

Unesco tarafından yapılan bir araştırmaya göre, çeşitli ülkelerdeki televizyonlarda gösterilen dizi filmlerin büyük bölümü ABD, küçük bir bölümü de Batı Avrupa'nın bazı ülkelerince, çizgi filmler ise ağırlıklı olarak Japonya tarafından üretilmektedir.

Ortalama olarak, bu alandaki ABD üretiminin %40'ı, Batı Avrupa ülkeleri tarafından tüketilmektedir. İncelemeye konu olan Latin Amerika ülkelerinde ise TV dizilerinin 3/4'ünün, ABD kaynaklı olduğu görülmüştür.

Başka bir araştırmada da Batı Afrika ülkelerinde tüketilen televizyon film ve programlarının büyük bölümünün ABD, bir bölümünün de İngiltere ve Fransa kökenli olduğu ortaya çıkmıştır.

Bu gelişmeler çerçevesinde, herhangi bir kurum ya da kuruluşun ya da devletin, yaşamını sürdürmesi için güçlü olması gerekir. Güçlülüğün koşullarından biri de, kolayca vazgeçilemeyecek, kaybedilmeyecek değerlere

sahip olmaktır. Her örgütlü toplum, böyle bir güce kavuşmak ve bu gücü sürdürmek için çeşitli yöntemlere başvurmaktadır.

Küreselleşme

21. Yüzyıl'a yön veren kavram küreselleşmedir.

Küreselleşmenin ne olduğunu kavramadan kimse 21.

Yüzyıl'a hazırlanamaz. Her şeyden önce kavranması gereken, küreselleşmenin önlenemez bir gerçek olduğudur.

Nasıl fırtına önlenemez bir vakıa ise küreselleşme de aynı şekilde bir vakıadır.

Nasıl fırtınaya karşı TBMM kanun çıkaramaz, MGK muhtıra veremez, üfürükçünün nefesi yetmez, "fırtına önleme duası"na çıkılamazsa herhangi bir gücün de küreselleşmeye engel olması mümkün değildir.

Tersine, nasıl ki akıllı insanlar öngörülen bir fırtına karşısında sadece ve sadece tedbir almayı düşünürlerse, küreselleşme karşısında da sadece ve sadece tedbir alınır. Hatta, nasıl daha da akıllı insanlar, tedbir almanın dışında, fırtına gibi olumsuz bir vakıadan bile faydalanmayı düşünürlerse, -örneğin yağmuru biriktirmek- "Küreselleşmeden nasıl faydalanırız?" diye akıl yormak da daha akıllı insanların işidir.

Her sosyal vakıa gibi, küreselleşme ne sadece iyidir, ne de sadece kötüdür. Hem kötüdür, hem iyidir! Kimilerini yok edecek, kimilerini abad edecektir. Tedbir alanlar, faydalanmayı planlayanlar bu süreçten karlı çıkacak, tedbir almayan ve tabii ki faydalanmayı düşünemeyecek kadar aptal olanlar, küreselleşme fırtınası karşısında oradan buraya sürüklenen yapraklara döneceklerdir. Ülke olarak da birey olarak da!

Nasıl fırtınaya karşı veya yandaş olmanın bir anlamı yoksa, küreselleşmenin yanında veya karşısında olmak da bir

anlam taşımaz.

Evet, küreselleşme kapitalizmin son ürünüdür; ama küreselleşmenin kendi dinamiği kapitalizmi de aşar. Aksi halde, klasik kapitalistler orta sınıfın birikimlerini toplayan ve emirlerine amade kılan mal ve hizmet üretimi yapan şirketlerinin hisselerin alınıp-satıldığı Dow Jones Borsası yanında, bu borsaya rakip olarak ortaya çıkan ve sadece küreselleşmenin iç dinamiğinin motorunu oluşturan bilişim şirketlerinin hisselerinin alınıp-satıldığı Nasdaq Borsası oluşmazdı.

Klasik kapitalistler, ellerinden gelseydi, dünyanın en zenginleri arasına sonradan bitme baldırı çıplak Microsoft gençlerinden dördünün girmesine müsaade ederler miydi? Küreselleşmeye kızabilir, ona “emperyalizmin son kale-si” diyebilir, hatta sövebilirsiniz. O hiç alınmaz, oralı dahi olmaz! O bildiğini okur! Hele, hele küreselleşmeye yalnızca ideolojik bir olgu olarak bakan aptalları; tedbir almak yerine, sadece konuştukları için bir öcü gibi ham yaparlar.

Kelimeler yapraklara benzer, onların bol olduğu yerde anlam meyveleri nadirdir.

Alexander Pope

Sonraları “haber” diye adlandırılan bazı bilgilerin toplanması ve bireylere aktarılmasının kökeni, toplumsal yaşamın başladığı döneme kadar inmektedir. Mısır’da M. Ö. 1750’li yıllarda, çeşitli bilgilerin yer aldığı resmi bir gazetenin yayımlandığı bilinmektedir. Bazı bilgi ve düşüncelerin elle yazılarak satılmasına ise ilk kez 14.

Yüzyıl sonlarında Venedik’te rastlanmıştır.

Özellikle Almanya ve İtalya’daki büyük iş merkezlerinden, ekonomik ve politik gelişmeler hakkında özetlenmiş bilgiler, elle yazılarak (elle yazılmış haber mektupları: nouvelles à la main) çoğaltılmıştır. Bunlar 15. Yüzyıl sonlarından itibaren Venedik’te “avvisi”, daha sonra da Hollandalılar tarafından “zeytungen” diye adlandırılan el yazmalarıdır.

15. ve 16. Yüzyıllar’daki keşifler ve icatlar, bireylerin merakını daha da kamçulamış ve ortaya elle yazılmışların yanı sıra çeşitli adlar altında basılmış yeni haber bültenleri çıkmıştır.

17. Yüzyıl’ın ilk yarısından itibaren de özellikle Avrupa’da bazı bilgilerin toplanması, derlenmesi ve bedel karşılığı pazarlanmak üzere yayımlanması, süreli bir biçime dönüştürülmüştür.

Bu uygulama, 19. Yüzyıl’ın ortalarında uluslararası alana da yayılmış ve günümüze kadar yoğunlaşarak gelmiştir. Bedel karşılığı satılacak kadar gereksinim duyulan, önemsenen “haber” adlı bu “bilgiler” nelerdir? Özetle “haber” nedir?

Haber, “olay”dır. Olay ise çeşitli olguların, belirli bir yer ve

zaman içinde geçmesi sürecidir.

“Olay” ayrıca:

a) Ortaya çıkan, oluşan durum,

b) Sıradan olmadığı için topluluğun geniş ölçüde ilgisini çeken “olgu”dur.

“Olay”ı geniş anlamda düşünmek gerekmektedir. Olay, bir eylemin yanı sıra bir söylem de olabilir. Ya da “olay”ın içinde hem eylem, hem söylem bulunabilir.

O zaman şu soru akla gelir: Her “olay” haber midir? Öncelikle olay (eylem ya da söylem ya da her ikisi), gözlemleyen varsa haber olmaya adaydır. Gözlemleri, duyumları iletmek ise (yorumları ve değerlendirmeleri değil) haber üretmektir.

5.1. Haberin İşlevi

Haber, günlük yaşamın akışı içinde değişikliğe neden olan ya da olacak gelişmeler zinciridir. Haber, bireylerin yakın çevreleri ve dünya ile olan günlük ve uzun dönemli bilgi bağlantılarını sağlar.

İngilizce’deki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden (news) meydana geldiği bilinen haber kelimesi, “her yönde meydana gelen olaylar” biçiminde de tanımlanmaktadır.

Haber, medya içerik türleri arasında bireysel, kültürel, siyasal, ekonomik işlev ve etkileri bakımından önde gelen bir konumda bulunmaktadır.

Gazeteciler, akademisyenler, politikacılar ve halkın her biri değişik yönlerden konuyu ele alsa da haber hala bir bilmecedir.

Haber gibi günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası olabilmiş çok az şey bulunmaktadır. Çağdaş kitle iletişimi olgusunun ortaya çıkmasıyla haber, toplumun durumunun, gelişim çizgisi ve yönünün, sorunları ve umutlarının

kaydedildiği bir araca dönüşmüştür.

Kitle iletişim araçlarında yer alan haberler, bireyleri kişisel, yerel, yöresel, ulusal ve uluslararası düzeyde, toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel yaşamdaki gelişmelerden bilgi sahibi kılarlar. Özetle haber, kişileri bilgilendirir, eğitir, eğlendirir, üzer, sevindirir, eyleme yöneltir ya da eylemden vaz geçirir.

Bireyin bulunduğu her yerde, haber niteliğini taşıyabilecek “olay”lar gelişir. Doğum, değişme, gelişme, yenilik, güncellik, olağan dışılık, duygusal yönden çekicilik, başarı, başarısızlık, yenilgi, gerilim, karmaşa, karışıklık, çatışma, benzerlik, üstünlük, seçkinlik, seks, felaket, afet, ölüm, toplum üzerine etki, ülkeye, kültüre, coğrafyaya yakınlık, uzaklık ve yerellik gibi yaşamın çeşitli aşamalarındaki gelişmeler, haberlere kaynaklık eder.

Bireylerin tüm yaşamları boyunca verdikleri kararların en basitleri bile, bazı değer yargılarının katkılarıyla oluşur. Her karar bir seçimdir. Birey yaptığı her seçime kişiliğini koyar. Dolayısıyla da birey seçim yaparken bilinçli ya da bilinçsiz:

- 1) Estetik (güzel, çirkin, çekici, itici),
- 2) Mesleki (yaratıcı, özendirici, gerekli),
- 3) Mantıki (tutarlı, tutarsız, ölçülü, ölçsüz),
- 4) Sosyo-kültürel (verimli, verimsiz, çalışkan, tembel, yararlı, yararsız),
- 5) Ahlaki (dürüstlük, ahlaksızlık) değerlerini harekete geçirir.

Bu değerlerden her biri muhabiri, habere nasıl yaklaşacağı konusunda koşullandırır. Böylece haber üretimini genelde, habercinin kişiliği, içinde yaşanan toplum ve haberi üreten kurumun yapısı etkiler.

Böylece kitle iletişim araçları, toplulukların paylaştıkları değerleri, seçtikleri kahramanları ya da düşmanları,

siyasaları, teknolojileri saptayabilir; sağladıkları sürekli bilgi akışıyla da toplumsal değişimi gerçekleştirebilirler.

5.2. Haber Söylemi

Haber söylemi, genellikle ülkelerdeki iktidarın öncelikle hakim olmak istediği ya da hakim olduğu kamuoyu oluşturma ve yönlendirme aracıdır.

Genel olarak medya içeriğini “haberler” ve “öteki şeyler” olarak bölmek bile mümkündür. Çünkü, haberlerin seçimi, sunuluş (değerlendiriliş) biçimleri, haber söylemi, çok daha geniş bir yanıltmaca alanı oluşturabilmektedir. Hedef kitlenin kimliği, toplumun yaşam biçimi, gelenekleri, olayın niteliği, haberin kaynağının kimliği, haberin yayılmasını isteyen çıkarı, hükümetin tutumu, verilen bilginin özelliği, neyin gizli tutulduğu, ekonomik durumun halk üzerindeki baskısı, haberi etkileyen dış güçlerdir.

Haberlerdeki çoğu ürünler oluşturma, yönlendirme teknikleriyle ortaya çıkarılır. Gerçek dışı haberlerin bile iyi düzenlendiklerinde, uygun biçim ve koşullarda sunulduklarında, bireyleri inanmaya yönelttikleri bir gerçektir.

Bu çerçevede haberler, bireyin düşüncelerini ve duygularını çok kesin etkiler altında bırakabilmektedir. Bireyin edilgenliğe sürüklenmesi ve tepkisizleştirilmesi, onun bilinçaltına çoğu kez farkında olmadan yerleştirilen imgelerle sağlanmaktadır. Ancak bilinçaltını en çok besleyen öge, yine de haber olmaktadır.

Ürünü biçimleyen haber odasındaki güçler ise izlenen gazeteciliğin türü, uğraşa yönelik tutum, kitle iletişim aracının ve teknolojisinin türü, kurumun haber yazarlara yönelik tutumu, zaman, yer ve ekonomik kısıtlılıklardır.

Sonuçta haber dili ve söylemi, profesyonel ilkelere

dayanması gereken tek metindir. Hiç kimse şaire “Sen böyle yazamazsın.” diyemez. Roman yazmanın hiçbir katı uzlaşım sal kodu yoktur. Sinema metinlerinin kamera hareketleri, kurgu ve senaryo yazımını denetleyen etik değerler yoktur. Bu metinlerin denetimi, belli dönemsel uzlaşım lara dayansa bile... Oysa haber metinleri için, yazanın uyması gereken ilkeler belirlenmiştir ve bunlara uymama etik ihlali demektir.

5.3. Haber Değeri

El altında bulundurulan çok geniş tanım yelpazesine rağmen (100’ü aşkın), birçok eylem ya da söylemin hedef kitlelere ulaşması, “haber değeri bulunmadığı” gerekçe siyle engellenmekte ya da ertelenmektedir. Kısaca özetlemek gerekirse herhangi bir eylem ya da söylemin, hedef kitlelere ulaştırılması için içermesi gereken özellik, “haber değeri”dir.

Birçok haberci için haber değeri, tanımlayamayacakları, ancak bir olayla karşılaştıkları zaman, haber değeri taşıyıp taşımadığını anlayacakları, soyut bir kavram gibidir.

Oysa haber değeri, habercilerin bireysel olarak yakıştırdıkları bir özellik değildir. Haber değeri diye adlandırılan şey, kitle iletişim araçları yetkililerinin, eylem ya da söylemlerin üretimi, seçimi, biçimlendirilmesi ve yayımlanması sırasında kullandıkları profesyonel kodlardır.

Haber değeri, endüstrileşmiş haber kuruluşlarının, üretim aşamasında kullandıkları formattır. Haber değeri, habercinin kişisel değer yargısının yanına, yine haberciler tarafından getirilen başka değer yargılarıdır. Bu değer yargılarının zamana, zemine ve toplumlara göre değişikliklere uğradıkları ya da yerlerini yenilerine bıraktıkları bilinmektedir.

Öte yandan haber, medya kuruluşlarının toplumsal, politik ve ekonomik, çevreyle olan ilişkilerinin ürünüdür. Bu ilişkiler, çoğunlukla yoğun pazarlıklar, mübadeleler, uzlaşmalar, etkileşimler, bazen de örtülü ya da açık baskılar, yönlendirmeler ve çatışmalar şeklinde ortaya çıkabilir.

5.4. Haber ve Yorum

Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi'nin, gazetecilik mesleğiyle ilgili "Çözüm Tasarıları" adı altında belirlediği bazı önerilerden, haber ve yorumlara ilişkin bölüm şu maddeleri içermektedir:

"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 ilkelerinden biri de haber ile yorum arasındaki belirgin ayrımın çizilmesi ve bunların karıştırılmasının önlenmesidir. Haber gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmedir. Yorum ise yazanın, yayımlayanın ya da 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 ya da günlük olaylar üzerine yapılabilir. Yorum öznel olduğu için, doğruluğu üzerine

eleştirii yapılamaz. Bunun yerine, bizler yorumların dürüst ve ahlaklı olmasını sağlamalıyız.

6) Bazı kişi ve kuruluşlarla ilgili olaylar üzerine yapılan yorumlar, gerçekleri ve verileri çarpıtılmamalı ve gizlemelidir.”

Gazeteciler bilgi iletirken, haberlerin doğruluğunu, yorumların dürüstlüğünü sağlayarak, devlet ya da özel otoritenin müdahalesine olanak vermemelidirler.

5.5. Haber ve Eğitim

Yazılı basın da öteki kitle iletişim araçları gibi, bireyin kişisel ve toplumsal ilişki ve etkileşimlerine katkıda bulunduğundan, bireyin toplumsallaşmasında önemli araçların başlıcasıdır. Bilgi en önemli toplumsal ürün, haber de en önemli toplumsal gereksinimlerden biridir. Gazetecilik ise bir yönüyle bu iki toplumsal ögeyle ilintili olduğu için kamu görevi sayılmaktadır.

Gazetecilik, işlevlerinden biri olan haber vermektan, dolayısıyla “kişilere, bilgiye ulaşmada katkı”dan bir aşama daha ileri gitmelidir. Özetle, gazetecilik artık eğitimin temel ilkeleri sayılan, kişilere düşünmeyi ve akılcı (rasyonel) davranmayı öğretme, gibi bir amaçta yoğunlaşmalıdır.

Gazeteci, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan toplumlar- da, haberlerde verdiği bilgilerin yanı sıra hatırlatmalarla, uyarılarla, ipuçlarıyla, önerilerle kişileri düşünmeye yöneltmek için çaba harcamalıdır.

Bu nasıl olur? Gazetecilik artık, üst düzeyde belirli bir eğitimin sınırlarından taşarak uzmanlaşmaya yönelmiş bir meslektir. Gazeteci kendini, aldığı temel eğitimin yanı sıra çeşitli bilgilerle iyice donatmış, kültürünü belirli bir düzeye yükseltmiştir.

Bu yüzden gazetecinin, haber yapmak amacıyla peşinden koştuğu bilgiyi edinme sürecinde, yanılma ya da yanılma

oranı, sıradan bir insana göre çok daha az olmalıdır. Bu nedenle gazetecinin, eğitimini aldığı, üzerinde yoğunlaştığı konuda uzmanlaşmış olması gibi, ahlaki bir sorumluluğu vardır.

Gazeteci için her şeyden önce gerekli olan geniş ve derin bir kültür, iletişim tekniklerine tam bir hakimiyet; giderek artan oranda uzmanlaşmadır.

Gazeteci, uzmanlaştığı alanda meslek yaşamı boyunca eğitimini sürdürmeli, gelişmelerden daima haberdar olarak kendini hep hazır tutmalıdır. Ancak en önemlisi, gazeteci kendini uzmanlık alanının dar çerçevesi içine kapatmamalı, kişisel, toplumsal ve evrensel değerleri yüceltmek için, sürekli çaba göstermelidir.*

Bir zamanlar gazeteci olmak için gerçeğe kendini adanmak, bol enerji ve yazma yeteneği yeterli oluyordu. Bu özelliklere bugün de gereksinim duyulmaktadır; ancak bunlar artık yeterli değildir. Dünya gün geçtikçe karmaşık hale gelmekte; ulaşılabilecek bilgi yumağı gittikçe büyümektedir. Bu nedenle gazeteci bir iletici olduğu kadar, bir filtre edici; bilgi toplayan ve sunan bir kişi olduğu kadar, bir düzene sokucu ve yorumlayıcı olma durumundadır. Gazeteci, bilgiyi yayımlanır hale getirmeyi bilmenin yanı sıra alıcının beynine nasıl yerleştireceğini de kestirmek zorundadır. Kısacası gazeteci, öteki becerilerinin yanında, bir veri tabanı yöneticisi, veri işleyicisi ve veri analizcisi olmak durumundadır.

*“Okumanın insan hayatındaki önemi hepimiz tarafından bilinmektedir. Düzenli kitap okuma alışkanlığı açısından ülkeler karşılaştırıldığında Japonya'nın % 14'ünün, ABD'nin % 12'sinin, İngiltere ve Fransa'nın % 11'inin düzenli olarak kitap okuduklarını görmekteyiz. Düzenli kitap okuma oranı ülkemizde on binde bir civarındadır.

Gelişen bir toplum olarak kitap okuma alışkanlığımızın geliştirilmesi bireysel bir görevimizdir.”

5.6. Haberlerin Genel Sınıflandırılması

Değişik alanlara ilişkin haberleri genel bir sınıflandırmaya tabi tutmak gerekirse şöyle bir dağılım görülebilir:

- “1) Toplum: Yerel, ulusal, uluslararası konularda haberler, güncel olaylar, yenilikler.
- 2) Siyaset: Yerel, ulusal ve uluslararası siyasi gelişmelerle ilgili haber, yorum ve diğer yazılar.
- 3) Ekonomi: Yerel, ulusal, uluslararası ekonomik gelişmelerle ilgili haberler, yorumlar.
- 4) Hukuk: Yasa yorumları, hukuk sistemi, mahkeme kararları, başvurular.
- 5) Kültür/Sanat: Edebiyat, tarih, sinema, tiyatro, müzik, vb. konularda haberler, eleştiriler, yorumlar.
- 6) Sosyal Olaylar: Yoksullara yardım, burs imkanları, keremes, çevre sağlığı, vb. toplumsal konular.
- 7) Din: Dini konularda haber ve yazılar, teoloji.
- 8) Eğitim ve Bilim: Eğitim sistemi, eğitimdeki gelişmeler, bilimsel araştırma ve gelişmeler.
- 9) Turizm: Her türlü turizm alanıyla ilgili yazılar.
- 10) Sansasyon: Kazalar, felaketler, tabii afetler, ünlü kişilerle ilgili sansasyonel haberler, suça yönelik olaylar, polis-adliye haberleri, vb.

5.7. Haber Toplama ve Araştırma

Habercinin, haber üretimi öncesi yapması gereken şey, yazılı metinlerin yanı sıra gerektiğinde canlı kaynaklara da başvurarak, haberinde yer vereceği bilgileri derlemektir. Asıl olan, gazetecinin kendine sunulanla yetinmesi değil; konuları çeşitli kaynaklara başvurarak araştırmasıdır. Şüphesiz haber üretimi öncesinin bu aşaması zorluklarla

doludur.

Çoğu olayların görünen ya da gizem içinde olan iki yönü bulunmaktadır. İkinci yüz genelde örtülü olduğu ya da saklandığı için kolay kolay görülmez. Konuya araştırmacı gazetecilik açısından yaklaşırsa olayların gizlenen yüzlerini ortaya çıkarmak, basının dolayısıyla gazetecinin ana ve temel işlevlerinden biridir.

Araştırmak, konuların temeline inerek gerçeği aramak demektir. Araştırmanın temel ilkesi, “Hiçbir şeye inanmamak, her şeye olabilir gözüyle bakmak”tır. Bu nedenle araştırma süreci içinde, dosyalar, kitaplar, gazeteler, dergiler incelenir. Arşivlere, veri bankalarına, kütüphanelere başvurulur. Kasetler dinlenir, filmler, videolar izlenir. Fotoğraflara bakılır. Bilirkişilere danışılır. İlgili kişilerle söyleşiler yapılır.

Hiçbir gazetecilik etkinliği, bu kadar yorucu ve bu kadar da şansa ve rastlantıya bağlı değildir. Bir yandan da rutinden gizeme yönelmek ve gerçeği meydana çıkarmak, kuşkusuz mesleksel başarılarla imza atma şansını artırmaktadır.

Araştırmak, gizlenen bir olayı ortaya çıkarmak, mesleksel deneyim ve becerinin yanı sıra çoğu kez uzun süreli emek, özveri ve sabır isteyen bir iştir. İnsanlar pek çok olaydan, gazetecilerin araştırmaları sayesinde haberdar olabilirler. Bu çerçevede ele alınacak konu belirlendikten sonra, gazetecinin kendisine yönelteceği sorular şunlar olmalıdır: “Neyi ortaya çıkarmak istiyorum? Konu hakkında ne bilmek istiyorum? Kaynaklara nasıl ulaşabilirim? Hangi bakış açılarını sergilemem gerekli? Okurlara neyi mutlaka iletmeliyim? Haberde nesnel bir içerik ve sunuşu nasıl gerçekleştirebilirim? Taraflı değerlendirmelerden nasıl kaçınabilirim? Özünü ve içeriğini bozmadan haberi nasıl ilginç kılabilirim? Gerektiğinde hangi bilgilerden vazgeçe-

bilirim?”

5.8. Habercilik

Günümüzde, “habercilik” üç değişik biçimde değerlendirilmektedir:

a) Birinci yaklaşıma göre, haber yapma süreci gazetecilik kuruluşunun ekonomik yapısıyla ilişkilendirilmektedir. Gazetecilik kuruluşunun, temel amacı kar etmek olan özel girişim ya da devlet elinde olması, bu yaklaşımın temel felsefesini oluşturmaktadır. Daha öz bir deyişle, gazeteciliğin mevcut düzeni koruyan bir toplumsal kurum olup olmadığı tartışılmaktadır.

b) İkinci yaklaşımda ise gazetecinin haber verirken özerkliği ve karar verme gücü olup olmadığı tartışmanın temelini oluştururken, gazetecilerin kapitalist düzen içinde, mesleğin ve kuruluşun olağan işleyişince nasıl engellendiği üzerinde durulmaktadır.

c) Üçüncü yaklaşım biçimi, ikinci yaklaşımla ilişkili olmakla birlikte, kültürün etkilerini, özellikle simge düzeyini dikkate almaktadır.

Her üç yaklaşım da haber yapımının daha iyi kavranmasını kolaylaştırırken, kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevlerini pek dikkate almamaktadır.

Oysa haber, günümüzde bireysel ya da toplumsal yaşamın bir parçası biçimine dönüşmüştür. İyi ya da kötü, haber üretimi bireyin bilincini sürekli genişletmektedir.

Bu çerçevede habercilik, genelde statüko değişikliğini (süregelen durumun değişmesini), özelde (istisna olarak) statükonun devamını (durumun süregelmesini) içeren olayların (eylem ya da söylemlerin), haberci (gazeteci) adı verilen kişiler tarafından bireylere ve toplumlara aktarılmasıdır.

5.9. Haberin Öğeleri ve Tanımı

Haberin tanımınının açık ve kesin, tek bir biçimde ifade edilemeyişinin nedeni, işlevinin çeşitliliğinden ve etkisinin yoğunluğundan kaynaklanmaktadır. Yine de haberin değişik tanımlamalarında, sıkça tekrarlanan 5 temel öge (gerçeklik, yenilik, ilginçlik, önemlilik, anlaşılabilirlik) göze çarpmaktadır.

O zaman haberciliği şöyle tanımlamak mümkündür:

“Gerçek, yeni, anlaşılır, ilginç ya da önemli olayları, basit, sade (yalın) bir dille, açık ve kesin bir biçimde, taraflılıktan kaçınma ilkelerine uyararak haber haline dönüştürmek (özetleyerek kurgulamak: biçimlendirmek), sonra da hızla yayımlanmasını sağlamak.”

Öte yandan, haber, bireylerin günlük eylemlerinin yanı sıra gelecekleriyle ilgili kararları almakta, insanlar ve çevreyle anlamlı ilişkiler kurmakta, dünyayı algılamakta en önemli unsuru oluşturan bilgilerdir. Bir değerlendirmeye göre de haber yaşamdır.

Bu çerçevede haberin genel bir tanımı da şudur:

“Gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kurallarına göre biçim verdikleri, yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek yazılı, görüntülü ya da sesli iletiler halinde, okuyucu, izleyici ya da dinleyiciye ulaştırılan bilgiler.”

5.9.1. Gerçeklik (Doğruluk)

Öte yandan, kamuoyuna doğru ve gerçek biçimde yansıtılması gereken haber, toplumsal bir işleve sahiptir. Bu özelliğinden ötürü haberin “doğru” ve “gerçek” bilgiye dayanmasının önemi ortaya çıkmaktadır. O yüzden, üstlendiği insanları birleştirici toplumsal işlev, doğru ve gerçek olmasının yanı sıra haberin “objektif” bir bakış

açısıyla yazılması ve yansıtılmasının önemini de ortaya koymaktadır.

Haber (eylem ya da söylem) gerçeklere ve doğru verilere dayandırılmalıdır. Gerçeklik, haberin, olmazsa olmaz nitelikli temel ilkesidir.

Kişi genellikle özlemini duyduğu şeyin doğru olduğu eğilimini taşır. Bireyin olayları, oluşumları görme biçimi, gerçekleşenle bulmayı umduğunun, görmek istediğinin bir karışımıdır.

Yine de bu öznel etkenler bir yana bırakılırsa gerçek olan olaydır; ya da o olayı meydana getiren nedenlerdir. En önemlisi de habercinin hangi ölçülerde anlatımını, ya da yeniden kurgulamasını o gerçekler üzerine oturtacağıdır. Öte yandan, doğruluk birkaç basit uygulama sonucu ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki:

1) İçinden önemli ve etkinliği olan gerçeklerin çıkarıldığı hiçbir anlatım doğru değildir. Bu durumda doğruluk bütünlük ister.

2) Asıl önemli gerçeklerin zarar görmesine yol açacak biçimde, önemsiz ve olayla ilgisiz bilgileri içeren hiçbir anlatım doğru olamaz. Öyleyse doğruluk, olayla anlatım arasında bağlantı gerektirir.

3) Okuyucuyu, bilerek ya da bilmeyerek yanlış yönlendiren ya da aldatan hiçbir anlatım doğru olamaz. Bu durumda doğruluk, okuyucuya karşı dürüst olmayı gerekli kılar.

4) Muhabirlerin kendi önyargılarını ve duygularını, “ileri sürdü”, “iddia etti”, “vurguladı”, “reddedildi”, “buna karşın”, “itiraf etti” ve “olağanüstü” vb. gibi sözcükler ardına kurnazca saklayarak, ortaya koydukları anlatımlar, doğru değildir. Öyleyse doğruluk, gösteriş ve abartıdan çok, basit ve açık bir anlatımı zorunlu kılar.

Her kişi doğumundan bu yana, farklı duyuşal deneyimler yaşadığı ve onlara çeşitli değerler yüklediğinden,

sözcükler herkes için değişik anlamlar içerir. Bu nedenle, bir şeyin doğruluğuyla, bir şeye duyulan özlem birbirine karıştırılmamalıdır.

Hiçbir haberin tek biçimi yoktur; yalnızca, habercinin olumlu ya da olumsuz katkılarıyla kurguladığı, gerçeğe yakın değişik biçimleri vardır. Ancak bu değişik biçimlerin, başta gerçeklik olmak üzere, haberin temel öğelerini de içermesi gerekmektedir. Bir yandan da haberin kurgulanış biçiminin, haber içeriğini saptırmamasına özen gösterilmelidir.

Gazeteci, okuru ilgilendiren haberleri, gerekli açıklamalarıyla vermeye, aynı zamanda onu rahatlatmayı unutmadan, eğitimini sürdürmesine yardımcı olmaya çalışır. Böylece, daha alçak gönüllü olmayı, daha çok titizlik ve çabayı gerektiren, düşünceleri yayma özgürlüğünü dışlamayan, onunla bütünleşerek ona eklenen bir ideale gelinir: Eksiksiz ve doğru haber...

Çeşitli ülkelerin basın ahlak yasalarında, ya da basın konseyleri tarafından oluşturulan basın meslek ilkelerinde “doğru haber” konusunda, “olayların gerçekliğinden emin olmak, olaylar hakkında gerekli araştırma ve soruşturmaları yapmak, kesin bilgilere sahip olmadan iddialarda bulunmamak, olayları tahrif etmemek, şüpheli bilgileri yayımlamaktan kaçınmak” gibi, temel ilkeler üzerinde durulmaktadır.

Türkiye’de uygulanmakta olan Basın Meslek İlkeleri’nin 6. Maddesi’nde bu konu, “Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın ya da doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz.” cümlesiyle özetlenmiştir.

5.9.2. Yenilik (Güncellik)

Haberleri, genelde üç türe ayırmak mümkündür.

1) Eylem Haberleri

Eylem haberlerinin içlerinde daha çok eylem, çok az söylem bulunur. Örneğin trafik kazası haberi, cinayet haberi.

2) Söylem Haberleri

Söylem haberlerinin içlerinde daha çok söylem, çok az da eylem bulunur. Örneğin, basın toplantıları, konferanslar, açık oturumlar, bilimsel toplantılar vs.

3) Eylem-Söylem Haberleri

Eylem-söylem haberlerinin içlerinde ise neredeyse eşit ölçülerde eylem ve söylem bulunur. Örneğin tören haberleri.

Bu çerçevede haberin “yeni” ya da “güncel” olması iki biçimde görülür.

A) Ya eylem ya da söylem yeni gerçekleşmiştir. Bu tür haberler genelde rutin ya da “spontane” haberlerdir.

B) Ya da bunlar eski olsa bile, yeni fark edilmiş ve yeni ortaya çıkarılmıştır. Daha başka bir deyişle, unutulmuş, ihmal edilmiş bir enformasyon (bilgi) gün ışığına çıkarılmış; ona yenilik kazandırılmıştır.

Bu tür haberler, genelde araştırmacı gazeteciliğin özel ürünleridir. Çünkü değişik haberler, gazetecilerin ya da yazı işleri sorumlularının önüne havadan düşmezler ya da başka bir deyimle habere ilişkin verileri leylekler (minik kuş) getirmez; bunların araştırılarak bulunmaları gerekir. Bu nedenle de gazetecilerin ilişkiler ağının, çok güçlü bir biçimde kurulmuş olması temel koşuldur.

5.9.3. İlginçlik (İlgi Uyandırma)

İlgi çekmek, kişisel ya da toplumsal gereksinimlere cevap vermektir. Kişiler genelde, kendilerini birinci derece ilgilendirdiğini düşündükleri sorunlara odaklanmaktadır. Gelişen teknolojiyle de kişilerin ilgi alanlarının genişlediği bir gerçektir.

Bireyin yaşam alanını, temel bilgi ve görüşlerini değiştirmeye yönelik, olağan kabul edilenden farklı her şey “ilginç” sayılabilir. Günümüzde kişilerin ilgisi, sempati, duygu, seks, gelişme, yaş, uyumsuzluk, çelişki, olumsuzluk, çatışma, drama, alışılmadık çıkış, gerilim, heyecan, romantizm, bilim, hayvanlar dünyası, macera, riziko gibi alanlarda yoğunlaşmaktadır.

“İlginçlik”ten amaç, sıradanlıktan kurtulma, olağan dışı eylem ya da söylemler arayışıdır. Haber dilinde ilginçliğin belleklere yerleşmiş en belirgin tanımını, New York Sun’da gazeteci John Bogart, 1880 yılında, “Köpek insanı ısırsa haber değil; insan köpeği ısırsa haberdur.” diyerek yapmıştır.

Gazetecilik bir amacı olan “öykücülük”tür. Bu amaç insanlara dünyayı anlayabilmeleri için gerekli bilgileri sunmaktır. Bu yolda karşılaşılan güçlüklerden ilki, insanların hayatlarını sürdürmek için gereksinim duydukları bilgiyi bulmaktır. İkincisi ise bunu anlamlı, ilintili ve ilgi çekici hale getirmektir.

İlgi çekicilik, gazetecinin halka olan bağlılığıyla açıklanabilir. Bir şeyden haberdar olup da bunu bir başkasına anlatmanın yolunu bulana kadar bilgiye sahip olmaktan tatmin olmayan kişi gazetecidir.

İlginçliğin bir yönünü de “yer” yani “yakınlık” ya da “uzaklık” oluşturmaktadır. Bir eylem ya da söylemin ya da her ikisinin, hedef kitlelere göre fiziksel ya da psikolojik konumu, ilginin ya da ilgisizliğin başlıca göstergesidir. Çünkü bireyler, fiziksel ve psikolojik yakın çevreleriyle daha ilgilidirler.

“Yer” denildiğinde, öncelikle “coğrafi yakınlık” anlaşılmaktadır. Yani habere konu olay, fiziki olarak bireye yakın bir yerde gerçekleşmiştir. Ancak “yer” başka koşullarda “psikolojik yakınlık” olarak da algılanmaktadır.

Yine habere konu olay, bu kez fiziki olarak çok uzakta gerçekleşmiştir; ama hedef kitleyi oluşturanların, o yerdeki insanlarla duygusal bağları bulunmaktadır. (Türkler-Pakistanlılar)

Bu arada unutmamak gerekir ki konunun ilginçliğinin yanı sıra olayın gelişimiyle iletilmesi arasındaki süre ne kadar kısa olursa haberi haber yapan ilgi de o oranda büyük olacaktır.

5.9.4. Önemlilik (Önemli Sayılma)

Bir olay, toplumsal, siyasal, ekonomik ya da kültürel yaşamı doğrudan etkiliyor ve bu alanlarda herhangi bir gelişmeye ya da değişmeye yol açıyorsa önemlidir. Bu tür haberler genelde “hard news” (ciddi haberler) olarak nitelendirilir.

“Önemlilik” şu örnekle açıklanabilir:

“Bir ülkede devalüasyon yapılması ilginç değil; önemlidir.” Bu çerçevede, devlet, parlamento ve hükümet işlerine ilişkin haberler ile bireylerin uymak zorunda oldukları kamu erkinin kararları ve emirleri (yeni yasalar, kararnameler, yasaklar) önemlidir. Ayrıca tanınmış ya da ünlü kişi ve kuruluşlarla ilgili haberlerin önemli sayılma gibi bir şansları da vardır.

Bireylerin kendi istekleri doğrultusunda uymak isteyecekleri öneriler ya da kendilerini uyarlamak isteyecekleri durumlar (trafik sıkışıklığı nedeniyle kullanılmaması istenen yollara ilişkin bilgiler, bazı hastalıklara karşı alınması gerekli önlemler) önemli sayılır.

Bireyin küresel ilişkileri mantık çerçevesinde değerlendirmelerine kolaylık sağlayacak, olayların perde arkasına yönelik bilgiler (herhangi bir toplumsal ya da ekonomik krizin nedenlerine ilişkin bilgiler) de önemli

olarak değerlendirilir.

Bunların yanı sıra önemlilik ögesinde iki alt başlık yer almaktadır: “Olayın ölçüsü” ve “Olayın sonuçları”.

a) Olayın ölçüsüne örnek olarak, bir trafik kazasının, çok sayıda ölü ve yaralıyla sonuçlanması gösterilebilir. Bir toplumu etkileyen doğal bir afet de örnekler arasında verilebilir.

b) Olayın sonuçları için de yeni bir yasanın yurttaşlar üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri örnek verilebilir. Öte yandan, gerçekleştirilen bir eylemin, söylemin ya da eylem-söylemin etkisinin yoğunluğu hedef kitlenin kimlerden oluştuğuna, genişliği ise hedef kitlenin sayısal çokluğuna bağlıdır. (Bu konuda yöneltilen soru şudur: Kimler ilgileniyor; kaç kişiler?)

5.9.5. Anlaşılabilirlik (Anlam Taşıma)

Haberin en önemli özelliklerinden biri de “anlaşılabilirlik” ya da “anlam taşıma”dır. Bu nedenle anlaşılabilirliğin sağlanmasında dili kullanma çok önemlidir. Çünkü, insanoğlunun dili, yalnız onun konuşabilmesi, düşündüğünü başkalarına iletebilmesi demek değildir. Haber metni yalın, bilinen, anlaşılır sözcükleri içeren, girift (çapraşık) olmayan cümlelerden oluşmalıdır. Haber dili kısa ve açıktır. Haber yazarken, anlaşılması kolay cümleler kurulmalıdır. Terimlere başvurulmamalı, eğer zorunluysa anlamları açıklanmalıdır.

Haber özelliği taşıyan olayı, biçimlendirirken yani kurgularken, kelimelerin ve cümlelerin yanı sıra haberin bir bütünlük içinde de anlam taşımasına özen gösterilmelidir. Öyle ki haber okunduktan, dinlendikten ya da izlendikten sonra verilmiş bilgilerin yeterliliği nedeniyle, ilgili hiçbir soru sorulmayacak biçimde işlenmiş olmalıdır.

Haberci ayrıca, kurgulama sırasında, hedef kitlesinin

ilgisini azaltmamak, dikkatini dağıtmamak için, gereksiz ayrıntılardan kaçınmalıdır.

Anlaşılabilirliği kolaylaştırmak için cümleler kısa tutulmalıdır. Gazetecilikte uzun cümle, genellikle konuya hakim olamamış, konu üzerinde gerekli araştırmayı yapmamış gazeteciler için bir kaçış yöntemidir.

Haber metni içinde bilinmeyen kelime, anlaşılmayan cümle bulundurulmamalıdır. Haberin anlaşılabilirliğinin önündeki en büyük engellerden biri olan devrik cümle, asla kullanılmamalıdır.

Bunun yanı sıra haber, gerçekleşmiş eylem ya da söyleme ilişkin tüm öğeleri, değişik bilgi ve görüşleri içermeli, çok yönlü, kesin ve eksiksiz olmalıdır.

5.10. Tarafsızlık (Nesnellik, Objektiflik)

Bireyin toplumsal yapısı ve düşüncesi tarafsız değildir. Bireyin, kendisine sunulan, önerilen bir konu ya da ulaştırılan bir mesaj hakkında, daha önceden, az çok olumlu ya da olumsuz bir fikri vardır.

Kant'a göre, rasyonel sayılan günümüz insanı, aklının söylediğinin yanı sıra duygular, tutkular, arzular gibi başka faktörlerden de etkilenir.

Haberdeki her sözcük, her kavram, her tümce, her paragraf, her konu ve her resim belli bir anlam taşır. Haber hizmetlerinde çalışanların, belirli bir konuda kendi duyguları, çıkarları ve değer yargılarından bağımsız olarak, tarafların görüşlerini vermeye çalışmaları, (hakkaniyet, adil davranma) nesnellığe ulaşmaya yönelik bir çabadır ve nesnellığın zayıf olduğu noktalarda kullanılır. Oysa hiçbir betimleme, hiçbir mekanik çözüm yolu, belli dünya görüşünü ifadeden kaçınmaz. Tarafsızlık ve nesnellik savıyla gerçekte belli uygulama ve ilişkilere meşruluk kazandırılır. Bu meşruluk sürekli desteklenir

ve bu meşrulukla gelen egemen ideolojinin varsayımları evrensel gerçekler olarak sunulur.

Özellikle ulusal sorunlarla ve uluslararası ilişkilerle ilgili haberlerde taraflılık daha da yoğunlaşmaktadır. Bu tür haberlerde, ülke çıkarları ve ulusal kimlik ortaya çıkmakta, haber o çerçeve içinde izlenmekte, kurgulanmakta ve yayımlanmaktadır.

Öte yandan, ülkede yönetim sorumluluğunu taşıyan siyasetçiler, önemli sorunların yaşandığı dönemlerde, aldıkları her kararın gazeteciler tarafından desteklenmesini istemekte; bunu sağlayamadıkları anda da “ulusal çıkar” kavramının arkasına saklanarak gazetecilere, “vatana ihanet”e varan suçlamalar yöneltmektedirler.

Büyük uluslararası kriz dönemlerinde ise her ülkede siyasetçiler, gazetecileri birer “hükümet sözcüsü” gibi görmek isterler; aksi durumlarda, onlara “falancanın oyununa gelmek”, “satılmış kalem olmak” gibi ağır suçlamalar yöneltirler.

Aynı yöntemi, büyük ekonomik güce sahip kişiler de sık sık kullanmaya çalışmaktadır. Onların işlerine gelen haberi yazan gazeteci “vatansever”dir; işlerine gelmeyen bir haberi yazan ise “satılmış”tır.

Gazetecileri taraflı davranmaya iten etkenlerden biri de egemen güçlerdir. Egemen güçler, yani devleti yönetenler, hükümet edenler, holding patronları, büyük işadamları, çıkar çevreleri, gazetecileri kendilerine yandaş yapabilmek için çeşitli çıkarlar önerirler. Karşılığında bazen yayın, bazen de suskunluk isterler.

Amaç bu gazetecileri önce susturmak, sonra kendi sözcüleri, daha sonra da propagandacıları haline dönüştürmektir.

Öte yandan, uzun yıllar haberde yanlılık, siyasal bir görüşü -açık ya da örtük- savunma, biçiminde anlaşılması

ve özellikle yazılı basın üzerine yapılan içerik çözümlemelerine konu olmuştur.

Partilere eşit yer ya da süre ayırma, yanlılığın giderilmesi için bir çözüm olarak görülmüş ve “dengelik” ilkesine uyulduğu takdirde, basının tarafsızlığını koruyabileceğine inanılmıştır.

Oysa 1970’li yıllardan itibaren yapılan eleştirel haber çalışmalarında, yanlılığın siyasal bir görüşü aşan yönleri bulunduğu ve farklı yayın politikalarına sahip basın kuruluşlarının, temelde farklılıktan çok, ortak bir paydada birleştikleri görülmüştür.

Bunun da haberde yapısal bir yanlılık olarak belirlediği ve gazetecilerin açık siyasal tavırlar ve anlatım biçimlerine başvurmadan da yorum yüklü, hiç de nesnel olmayan haberler ürettikleri gerçeği açığa çıkmıştır.

Haberi biçimlendirirken, yani üretimin herhangi bir aşamasında, daha önce sözü edilen önerileri dikkate alarak en az taraflı haber yazılmış olsa bile kitle iletişim araçları da yanlıdır.

Şöyle ki, kitle iletişim araçlarında yanlılık, yayım ya da yayımla başlar. Bir gazete ya da dergi yayımlandığı, bir radyo, bir televizyon yayını başlatıldığı zaman, insanlara şu söylenmek istenmektedir: “Beni oku; beni seyret; beni dinle.” Bunun bilinçaltındaki yansıması şudur: “Başkalarını okuma; seyretme; dinleme.” Yayım ya da yayımla ilgilenen hedef kitle (okuyucu izleyici, dinleyici), eğer bu iletiye kulak vermişse bu aşamadan sonra öteki iletileri de almaya hazırdır.

Haber, yukarıda sözü edilen ilke ve uyarılar çerçevesinde yazılmış, hazırlanmış olsa bile,

1) Sunuluşu: Başlığı, dizgisi, puntosu (Görüntülü haberlerde, spikerin tipi, giyinişi, sesi, bakışı, mimikleri, davranışı),

- 2) Kapladığı alan: Sütun uzunluk ve sayısı (Sesli ve görüntülü haberlerde süresi),
 - 3) Sırası: Hangi sayfada, sayfanın neresinde? (Sesli ve görüntülü haberlerde kaçncı sırada),
 - 4) Tekrarı: Doğrudan ya da dolaylı kaç kez yayımlandığı (Sesli ve görüntülü haberlerde kaç kez verildiği) aşamalarında “yanlı” hale getirilebilir.
- Çünkü sayılan dört faktör, seçim ve karar isteyen yani taraf olunabilecek aşamalardır.

Amerikalı gazeteci John Hohenberg, bir yazısında: “Genellikle halk, kendisini, duymak, görmek ve okumak istediğini kabule şartlandırmıştır. Beklenmeyen, hoş olmayan ya da alışılmamış haberler, kamuoyunda önemli sayılacak şoklar yaratırlar. Bu yüzden de bu tür haberlerin kamuoyunda yer etmesi istenirse, bıkmadan ve usanmadan defalarca tekrarlanmaları gerekir.” demiştir.

5.10.1. Olguları Doğru Tanıma

“Bireylerin, kitlelerin, kamunun, olguları en yoğun ölçüde doğru tanıma gereksinimini karşılamak” olarak tanımlayabileceğimiz tarafsızlık olgusuna (nesnellik, objektiflik) yaklaşabilmek için konuyla ilgili tüm bilgiler aktarılmalı; tartışmalı konularda tarafların görüşleri bildirilmeli; gerçek oldukları ileri sürülen açıklamalara yer verilmeli; haber kaynağının sözleri, alıntılar tırnak (“..”) içinde bolca kullanılmalı; haberde mümkün olduğu kadar çok maddi gerçek bulunmalıdır.

Yine de temel ilke olarak, haberlerde tam bir nesnellikten söz etmek mümkün değildir. Taraf tutma ya da seçicilik, haber üretiminin tüm aşamalarında devreye girer. Önce muhabirin, (kendi inançları, tutumları ve değerleri çerçevesinde) belli bir biçimde algıladığı olay söz konusu.

Haber, ikinci aşamada, her biri bilinçli ya da bilinçsiz olarak neyin gösterileceğine karar veren editörlerden ve yönetimden onay alır.

Üst yönetim, reklamcılar, devlet yetkilileri vb. çoğunlukla bilinçli karar verme sürecine dahil olurlar. Kişisel ve mesleki inançlar, tutumlar ve değerler ise bilinçaltı seçimlerde rol oynar.

Sonuncusu ama en az ötekiler kadar önemlisi, izleyiciler de neyin önemli olduğuna kendi inançları, tutumları ve değerleri doğrultusunda karar vererek neyle ilgileceklerini belirlerler.

Gazeteci yalnızca ulaşabildiklerini, görebildiklerini aktarır; ancak onun da ulaşabildikleri, görebildikleri sınırlıdır. Böylece nesnellik, varılamayacağı bilinen bir hedef olarak kalır. Bu nedenle nesnellik kavramıyla uğraşıp yorulmaktansa haberde doğruluk, kesinlik ve denge öğeleri üzerinde yoğunlaşmak daha mantıklı olacaktır.

5.10.2. İbni Haldun'un Önerileri

İbni Haldun, gazetecilerin “tarafsız davranmaları” konusunda şu önerileri sıralamıştır:

- a) Bir mezhebe, bir düşünceye aşırı bağlılık, gazeteciyi yanıltır. Gazeteci tarafsız olmalıdır.
- b) Bir haberi anlatana inanmak, gazeteciyi yanıltır. Haberi anlatanın doğruluğunu değil, haberin doğruluğunu kanıtlamak gerekir.
- c) Olayların nedenlerini araştırmamak, gazeteciyi yanıltır. Olayları sanılara göre değil; gerçek nedenlerine göre değerlendirmelidir.
- d) Olayların doğruluğu kuruntusuna kapılmak, gazeteciyi yanıltır. Gazeteci, kendi kuruntularından kurtulabilmelidir.

e) Olayları, o olayları doğuran durumlarla karşılaştırmasını bilmemek, gazeteciye yanlıdır. Çünkü olayı anlatan, kendi duyduğu gibi, çoğu başka biçimlere sokarak anlatmış olabilir. Doğrulamak, olayları durumlarla karşılaştırmak demektir.

f) Devlet büyüklerine yaranmak kaygısı, gazeteciye yanlıdır. Bu kaygı, kötüyü güzel gösterme çabasını doğurur.

g) Toplumsal yaşamın doğal kurallarını ve yasalarını bilmemek de gazeteciye yanlıdır.”

Geçmiş aşamalarıyla tamamlanmamış, ikinci derecede ilgili yönleriyle (yan dinamikler) zenginleştirilmemiş, kuşkulu yanları, araştırmalar ya da arşiv kaynaklarıyla doğrulanmamış haber, büyük ölçüde eksik, kusurlu ve yanlı olur.

5.10.3. Tarafılıktan Kaçınma Kuralları (İlkeleri)
Haberde ağırlıklı olarak doğruluk, kesinlik ve denge öğeleri üzerinde yoğunlaşmak için de gazeteci, bazı kuralları uygulamak zorundadır. Bu kurallar, haberciye taraf olmaktan, taraflı ya da öznel davranmaktan uzaklaştırmaya yönelik önlemlerdir. Tarafılıktan kaçınma (objektif, nesnel olmaya çalışma) kuralları (ilkeleri) şunlardır:

“1) Belirli düzeyde ve çağdaş biçimde eğitilmiş olmak, 2) Yetkin bir kültür düzeyine sahip bulunmak, 3) Yakın çevreyle ilgili olmak, 4) Ülkenin sorunlarını bilmek, 5) Uluslararası gelişmelerden haberdar olmak, 6) Vicdani ve toplumsal değerlere sahip bulunmak, 7) Önyargılı davranmamak, 8) Gerçeği belgelemek, 9) Olaya duyguları katmamak, 10) Olaya politik ya da ekonomik görüşler katmamak, 11) Olayı saptırmamak, 12) Olayı küçültmemek, 13) Olayı abartmamak, 14) Özel bir amaca hizmet etmemek, 15) Yorum yapmamak.”

5.11. Bağımsızlık (Bağımlılık)

Devlet tarafından güdülmeyen, sansüre tabi tutulmayan kitle iletişim araçları, özgürlükçü demokrasinin temel öğelerinden biridir. Ancak devletten, bazı kuruluş ya da kişilerden doğrudan, bazen de dolaylı biçimde maddi destek alan kitle iletişim araçlarının bağımsızlığından, dolayısıyla demokrasiye katkılarından söz edilemez. Bir ülkede, kitle iletişim araçlarının yansıttıkları toplumu rahatsız etmemeli, sağlıklı bir kamuoyu oluşmasına katkıyı engellememelidir. Bu ölçünün belirlenmesi de başlıca dört etkene bağlıdır. Bunlar:

- “1) Anayasa’daki koruyucu maddelere,
- 2) Yasalara,
- 3) Tüzük ya da yönetmeliklere,
- 4) Teamüllere uygunluktur.”

Kitle iletişim araçları ayrıca devletten doğrudan ya da dolaylı maddi destek almasalar dahi yayımlandıkları ülkelerin genel çıkarlarına, patrona, patronun çevresine, ilişkilerine ve dengelerine, yöneticilerin tutum ve politikalarına, sermayeye (reklam verenler), çeşitli baskı gruplarına bağımlıdırlar.

En önemlisi, kitle iletişim araçları hedef kitlelerine, yani okuyucularına, dinleyicilerine, izleyicilerine bağımlıdırlar. Hiçbir kitle iletişim aracı, hedef kitlesinin beklentilerini bir yana bırakarak yayın ya da yayım yapamaz. Çünkü okuyucusunu, dinleyicisini, izleyicisini kaybetmek istemez.

Bunca dengeler gözetilerek basılan bir gazete ve derginin, hazırlanan bir yayının, bir programın genel anlamda tarafsız ve bağımsız olduğundan söz edilmesi, ancak göreceli ve dereceli bir tarafsızlığı akla getirebilir.

Günümüzde, medya sisteminin hem piyasaya giriş ve

varoluş koşulları açısından, hem sistem içi, işletme içi işleyiş bakımından demokratikleştirilmesi, sahte objektiflik maskesi yırtılarak, açık ve dürüst öznelliğin tesisi ve onaylanması gerekmektedir.

5.12. Haber Üretiminin Aşamaları ve 1K+5N

Etimoloji açısından Fransızca'da gazeteci anlamına gelen "journaliste" sözcüğündeki "jour", gün demektir. "Journaliste" sözcüğü de "günü çözümleyen" kişi anlamına gelir. Dolayısıyla gazeteciden beklenen, o gün olup bitenleri çözümlemesidir, bu işi çok çabuk yapması gerekse de! Bu çözümleme yani haber üretimi, başlıca 6 aşamada gerçekleştirilir:

a) Seçim, b) Araştırma, c) Yeniden Seçim, d) Ayıklama, e) Biçimlendirme, f) Yayımlama.

Bu aşamalarda haber, eylem ve anlam bütünlüğü içinde, yalın bir dille, açık ve kesin ifadelerle ve taraflılıktan elden geldiğince kaçınılarak yazılmalıdır. Haberdeki her cümlelin ayrı bir öznesi olması gerektiği asla unutulmamalıdır. Haberde, elden geldiğince telaffuzu zor kelimeler kullanmaktan kaçınımalıdır. Teknik kelimeler de olduğunca az kullanılmalıdır.

Haberde cümleler kısa olduğu gibi, paragraflar da kısa tutulacaktır. Her paragraf 4-5 cümleyi aşmamalıdır. Daha uzun paragraflar, hedef kitlenin habere ilgisini azaltmakta, hedef kitleyi haberden kaçırmaktadır. Günümüzün haberi, albenisi olan bir belgedir.

Öte yandan, haberci ya da kitle iletişimci, olayı, biçimlendirirken, yani haber haline getirirken hangi araçlardan yararlanacaktır? Bu araçlardan biri, gazetecilikten de eski olan ve bütün mesajların yapısını oluşturan bir kuraldır: (1K+5N): Kim, Ne, Nerede, Ne Zaman, Nasıl, Neden (Niçin)?

Bu kuralın temeli, iki değişik biçimde iki soruya verilen yanıtlardır. Bunların ilki “Kim Ne Yaptı?”, ötekisi ise “Ne Oldu?” ya da “Kimin Başına Ne Geldi?”dir. “Nerede, Ne zaman, Nasıl, Neden (Niçin)?” soruları ise konuyu bütünüyle tanımlamaya yarayan ek bilgilerdir.

Bir haber, bu 6 soruya verilen yanıtlardır. Bunların birbirlerine göre önemleri, olaydan olaya değişiklik gösterir.

Son yıllarda bu sorulara “Nereden?” de eklenmiştir. Bu soru, eylem ya da söylemin ikinci elden aktarıldığı durumlarda, iletilen bilginin aktarıcısını ortaya çıkarmak açısından önemlidir.

Okurlar genellikle 10. satırdan sonra “Neden?” ve “Niçin?” diye sorarlar. Bu tür soruların haberin uygun ve gerekli yerinde geciktirilmeden cevaplandırılması gerekir. Aksi halde hedef kitle haberi okumayı, izlemeyi, dinlemeyi yarıda bırakır.

Bu soruların tümüne yanıt vermeyen haberin bütünlüğünden söz edilemez. Çünkü bir haberi iletme, bir eylemi, bir söylemi ya da bir eylem-söylemi, yalnızca kesin ve doğrulanmış biçimiyle betimlemek değil; hedef kitlenin bu olayın derin anlamını kavramasını sağlayacak bir dizi bağlamsal ölçütleri de tanımlamaktır.

5.13. Haber: “Doğru, İyi ve Mantıklı Yazı”

Çoğu kez haber yazmak, öncelikle varlıkların dış görünüşlerini aşmayı, dolayısıyla iyi bir gözlemi, ciddi bir araştırmayı, verileri doğrulamayı, ayrıntıları bile belgelemeyi, çeşitli bağlantılar kurmayı, kapsamlı düşünmeyi, fikirleri öncelikler çerçevesinde düzene koymayı ve bunları düzgün bir biçimde ifade etmeyi gerektirir.

Bu nedenlerle haber, gerçek içeriğinin yanı sıra doğru, iyi ve mantıklı yazı olmalıdır.

Doğru yazı, (içindeki düşünce yanlış da olsa) anlatmak

istediğini dil kurallarına uygun olarak anlatan yazıdır. Doğru yazıda sözcükler, kavramları aşağı yukarı olarak değil, tam olarak karşılar; tümcenin öğeleri yerli yerinde bulunur. “Doğru” olmak, yazı dilinin ilk koşulu ve ilk basamağıdır.

İyi yazıda konu, bütün boyutlarıyla ele alınmış olmanın yanı sıra uzun, karışık, dolambaçlı tümceler yoktur. Söz yapısı o denli sağlam, anlatış öyle derli topludur ki, okuy-anlar “Konu bundan daha iyi biçimde anlatılamaz.” diye düşünürler.

Mantıklı yazı, kolay okunan yazıdır. Kolay okunan yazı da çok basit bir dilbilgisi yapısına sahiptir: Özne, yüklem, tümleç. Bazı ozan ve yazarlar tarafından pek de çekici bulunmayan, ancak okunmak ve anlaşılmak için en çok kullanılması gereken bu tür yazıda, mantık ve kusursuzluk vardır.

Bu türlerin yanı sıra bir de “güzel yazı” vardır. Güzel yazı, yazın ustalarının sanat ürünleridir. Bunlar doğru ve iyi olmanın yanı sıra özgün buluşlar ve imgelerle süs-lüdür. Ancak özel yetenek gerektiren bu tür yazı, haber-cileri ilgilendirmemektedir. Haberci önce doğru yazmayı öğrenecek, ömrü boyunca da iyi yazacaktır.

5.14. Haberin Son Denetimi

Gazeteciliğin zamanla yarış olduğu, stajyerinden en deney-imlisine kadar bütün muhabirlerin bildiği -bilmesi ger-eken- bir gerçektir. Bu nedenle, özellikle günlük gazetede uyulması zorunlu olan hızlı bir trafik vardır. Uzun bir hazırlık süreci gerektirmeyen ve genellikle rutin olarak nitelenen haberler bu trafik içinde yer alır.

Muhabirin görevi, haberini mümkün olan en kısa sürede ve bütün unsurlarıyla hazırlamaktır. Ancak, haber trafiğinin en hızlı olduğu durumlarda bile mu-

haber, haberini yeniden okuyup bir editör gözüyle değerlendirebileceği bir zaman dilimi yaratmak zorundadır.

Her muhabir, haberini birim yöneticisine teslim etmeden önce birkaç kez okumalı ve bir editör titizliğiyle eksikliğini gözden geçirmelidir. Unutmamak gerekir ki tekzip dışında yayımlanmış bir haberden geriye dönüş yoktur. Yine unutmamak gerekir ki yayımlanmış bir haber, pek çok kişiye zarar verebilme potansiyeline sahiptir. Marka olmak isteyen bir muhabir, yazdığı haberin bütün unsurlarını önce kendisi test etmeli ve ancak ondan sonra ilgili birimlere göndermelidir. İmajın egemen dünya görüşü olduğu koşullarda, imzanın her şey olduğu düşünülebilir; itibarını yitirmiş bir imzanın giderek bir “hiç” konumuna sürükleneceği de unutulmamalıdır. Bu nedenle, muhabirin imzasının sık görünmesinden ziyade, güvenilir olması önemlidir.

Gazetenin temel üreticisi muhabir, temel tüketicisi de okurdur. Her muhabir, aynı zamanda bir okur kimliği taşıdığını da unutmamalıdır. Okura saygısı olmayan bir muhabirin, yaptığı habere saygı göstermesini beklemek mümkün değildir. Okura saygının temel göstergelerinden birisi de işini iyi yapmak yani haberini, habercilik ilkelere uygun bir biçimde hazırlamaktır. Bu sadece okura değil, kendine saygının da doğal gereğidir.

Özetle muhabir, haberinin son denetimini yaparken şu sorulara cevap aramalıdır:

- “1) Haber konusu tüm yönleriyle değerlendirilmiş midir?
- 2) Eylem ya da söylem her açıdan irdelenerek anlatılmış mıdır?
- 3) 1K+5N sorularının tümü cevaplandırılmış mıdır?
- 4) Anlatıma en iyi biçim verilmiş midir?
- 5) Habere konu olan kişilerin adları, unvanları, sıfatları ve görevleri eksiksiz ve yazım kurallarına uygun olarak kullanılmış

mıdır? 6) Tarihler, sayılar doğru yazılmış mıdır? 7) Hedef kitlenin anlamada tereddüde düşeceği bir yan var mıdır? 8) Arı ve güncel Türkçe kullanılmış mıdır? 9) Atılabilecek tüm kelimeler atılmış mıdır? 10) Haber, haberciyi tatmin ediyor mu? Hazırlayanı tatmin etmeyen haber, hedef kitleyi hiç tatmin etmez.”

* Günlük hayatta kullanılan Türkçe’ye yeteri kadar özen gösterilmediği bilinen bir gerçektir. Günümüzde medyanın önemli bir bölümü, dil konusunda duyarlı davranmamaktadır. Gündelik yaşamımızın her alanına giren medya, yaşamımızı biçimlendirirken kullandığımız dili de çoğu kez olumsuz yönde etkilemektedir. Türkçe karşılıkları varken yabancı terimlere yer verilmekte, yazı dilinde tümceler yanlış kurulmakta, sözcükler yanlış ve gereksiz yerde kullanılmakta, yazım kurallarına dikkat edilmemekte, hatta yeni dil dışı sözcükler üretilmekte ve sözcükler de yanlış telaffuz edilmektedir.

5.15. Habercinin Altın Kuralları

Mesleğini uyguladığı sürece haber düşünecek, araştırarak, üretecek ve yayımlayacak habercinin “Altın Kuralları” şunlar olmalıdır:

“Bu mesleği severek yapın. Bilgi birikiminizi hep güncel tutun. Kendinize özel kitaplık oluşturun. Kişisel arşiviniz olsun. Yabancı kaynakları sürekli gözden geçirin. Haberi yeterince inceleyin. Ayrıntıları yakalayın. Haberi bir senaryo gibi düzenleyin. Habere ‘dışarıdan bir gözle’ bakın. Haberin unsurlarını önem sırasına göre yazın. Haberi nasıl pazarlayacağınızı düşünün. Haberinizi başka birine de okutun. Sade ve yalın cümleler kullanın. Başkasının haberinde gözünüz olmasın. Haber kaynağınıza vefasızlık yapmayın. Bilgi tekrarından kaçının. Size ulaşan

(ulaştırılan) bilgiye kuşkuyla bakın. Haberi önce tartın; size yeni bir şey veriyor mu? Haberin en önemli unsurunu bulun. Teyp, fotoğraf makinesi gibi araçları hep yanınızda bulundurun. Yanınızda not defteri taşıyın. Sözlük kullanmayı unutmayın. Yedeğinizde birkaç haber dosyası bulunsun. ‘İş kazası’ denilebilecek olaylara hazır olun. Kendinizi sınırlamayın. Sıcak gündemi yakından izleyin. Mesai bitince gazeteciliğin bitmediğini bilin. Sosyal sorumluluk taşıdığınızı unutmayın. Çevre edinin.”

Yanlış Bilgilendirme (Dezenformasyon)

Özgürlükçü demokrasilerde, kitle iletişim araçlarının, haber verme, kamuoyunun oluşmasına katkı, bunu açıklama, denetleme ve eleştiri gibi kamusal görevleri, kişisel hak ve özgürlükleri zedelemeyecek bir biçimde, hiçbir grup, makam ve kişi farkı gözetmeden yerine getirmeleri de beklenen bir hizmettir.

Ancak, bir yandan kamusal iradeye yön veren motor, bir yandan da kamusal iradeyi açıklayan bir araç konumundaki kitle iletişim araçları, üstlendikleri bu çok önemli görevleri, her zaman gerektiği biçimde yerine getirememektedirler.

Bir başka deyişle, kitle iletişim araçları, iç ve dış dünyanın görüntülerini, örneğin Türk halkına başarılı bir biçimde aktaramamaktadırlar. Bunun nedeni Türk insanının da dünyanın çeşitli toplumlarındaki bireyler gibi, yanlış bilgilendirmeyle (desinformation) karşı karşıya kalmasıdır. Yanlış bilgilendirme çok boyutlu bir mekanizmadır. Birçok nedeni içermektedir:

1) Bir boyutu, gazeteci tarafından, bilinçli olarak hazırlanan yalan haberden ya da bilinçsiz olarak düzenlenen yanlış haberden oluşur.

2) Gerçeğin doğru yansıtılmamasındaki bir etken de

gazetecinin, rekabet ortamında başarılı bir görüntü çizmek, “atlattı” imajı vermek için abartıya, giderek yalana başvurma gereksinimidir.

3) İşin en ilginç yanı da bazı kitle iletişim araçlarında yer alan kimi haberlerin, abartılı olduğunun ya da gerçekte ilişkisi bulunmadığının, en azından tahmin edilmesine rağmen, bir bölüm okuyucu ya da izleyici tarafından “aldanarak eğlenme aracı” yapılmasıdır.

4) Bazı gazeteciler, özel çıkar ilişkileri nedeniyle de çoğu zaman yalan habere başvurabilmektedirler.

5) Bazıları da yalan haber yazmasalar bile, yanlış bilgilendirmeye yol açan hataları, bilinçli olarak yapabilmektedirler. Şöyle ki, haber yazan, program hazırlayan, kitle iletişim aracı mensubu, olayın tarafsız izleyicisi konumundan çıkararak, aktif politika yapan bir tarafa dönüşmekte, haberinin ya da programının içine yorum katmaktadır.

6) Yanlış bilgilendirme, bir kitle iletişim aracının mutfağındaki seçme aşamasında da olabilmektedir. Bilindiği gibi, bir kitle iletişim aracının mutfağına, her gün yüzlerce haber akmaktadır. Bu haberlerin büyük bir bölümü, yer ve zaman darlığından, aşama aşama değerlendirilmekte, “önemsiz”, “gazetenin yayın politikasına uymaz”, “tarafı” denilerek, kişisel tercihlerle elenmektedir.

7) Ayrıca, bazı kitle iletişim araçlarının, dikkatleri bilinçli ya da bilinçsiz bir biçimde, belirli yanlara yöneltmesi sonucu, haber tüketicileri, yurttan ya da dünyadan yeterli sayıda haberle bilgilenememektedirler. Bir örnek vermek gerekirse, İngiltere Veliahdı Prens Charles ile eşi Diana'nın, Avustralya gezilerini 60 dolayında muhabir izlemiştir. Buna karşılık, 1960'lı yılların ortalarına kadar, Çin'de, hiçbir batılı gazeteci görev yapmamıştır.

8) Bütün bunların yanı sıra, kimi zaman dünyanın her-

hangi bir köşesinde meydana gelen önemli olaylar, ancak rastlantı sonucu, o da uluslararası ajansların gözü ve diliyle Türk kamuoyuna iletilmektedir. Ne var ki, böyle bir süreçten sonra edinilen bilgilerin sağlıklı olduğunun, mantıksal bir açıklaması da yapılamaz.

9) Yanlış bilgilendirmenin başka bir nedeni, birbirleriyle yarış içinde olan kitle iletişim araçlarının, yeterli araştırma ve inceleme yapmadan, “yeni” bir başkasından önce verme kaygılarından kaynaklanmaktadır.

10) Yine bazı kitle iletişim araçları, sansasyon yaratma isteğiyle yanlış bilgilendirmeye yol açmaktadırlar. Bu tür haberlerde, ünlü kişiler, olur olmaz olaylar çerçevesinde, kamuoyunun gündeminde tutulmak istenmekte; dramatik öğeler özellikle ön plana çıkarılmakta; kan ve gözyaşıyla duygu sömürüsü yapılmakta; gerçekler daha küçük boyutlarda sunulurken, olayın içindeki ilişkiler ağı zedelenmektedir.

11) Yanlış bilgilendirmenin başka bir kaynağı, medyanın dışındadır. Ülke yönetimleri ve kimi kurumları, yasaları öne sürerek, gazetecileri önemli olayların yakınına sokmakta, bu olaylara ilişkin bilgiler vermemektedirler. Bu çerçevede, gazeteciler sağlıklı değerlendirme yapabilmek için gerekli haber malzemesinden uzak kalmaktadırlar.

12) Bu arada, kimi çıkar çevreleri, baskı grupları, bazı kurumlar, basını kendi amaçlarına alet etme çabası içindedirler. Bu mekanizma o kadar profesyonelleşmiştir ki, örneğin ABD’de “News Management” kavramıyla haber yönteminden söz edilmektedir. Haber akışı içinde, bu tür bilinçli yapılmış amacı, adresi belli haberlerin sayısında büyük bir artış gözlenmektedir.

13) Bu arada, bazı politikacılar, birbirlerinden haberdar olmak için basını sürekli biçimde kullanmaktadırlar. Türkiye’de bazı liderler, mesajlarını kamuoyuna basın

yoluyla iletirken, bazıları görüşlerini köşe yazarlarına telefonla bildirmekte, köşe yazarları da çoğu kez gündemi değiştirme, yeni gündemler belirleme yolundaki bu girişimlere, sütunlarında cömertçe yer vermektedirler. Sonuçta, basın “fuzuli işgal”e uğramakta, çok önemli gündem maddeleri arka sıralara itilmekte ya da hiç ele alınmamaktadır.

14) Son olarak, halkla ilişkiler kurumları da yayımlanmasını istedikleri malzemeyi, kitle iletişim araçlarının kanallarına doğrudan sokmakta ya da kamuoyu önünde bu malzemenin medyada yer almasını sağlayacak olanaklar yaratmaktadır.

Bütün bu anlatımdan ortaya çıkan şudur: Toplum, zaman zaman bilinçli, zaman zaman bilinçsiz, ama sürekli bir yanlış bilgilendirmeye karşı karşıyadır.

Gazetecilik, toplumun ihtiyacı olan haberleri sağlamak için insanlık tarafından geliştirilmiş bir sistemdir.

Tom Rosenstiel

Bir işin meslek olarak nitelendirilebilmesi için 13 ayrı özellik gerektiği saptanmıştır. Bunlar:

- “1) Meslek mensuplarının üye oldukları örgütün varlığı,**
- 2) Bütünlüğü korumak, amacıyla herkesin uymakla yükümlü bulunduğu bir meslek ahlak yasasının varlığı,**
- 3) Mesleğin içerdiği faaliyetlerin, kuramsal bilgi üstüne temellenmiş olması,**
- 4) Yaygın ve yoğun eğitim-öğretimin varlığı,**
- 5) Meslek üyelerinin işlerinde yeterli olup olmadıklarının denetlendiği bir düzenin varlığı - mesleğe giriş sınavı,**
- 6) Meslek üyelerinin kendi çıkarlarından önce, müşterilerin çıkarlarını göz önüne alan profesyonel bir hizmet anlayışına sahip olmaları,**
- 7) Meslek üyelerinin, başkalarının gereksinimlerinin giderilmesinde, sorumlulukları bulunduğunu düşünmeleri,**
- 8) Profesyonellerce (meslek erbabınca) sunulan hizmetin halkın yararı için vazgeçilmez olması,**
- 9) Toplumun, meslek üyelerinin işlerinde yeterli ve yetkili olduklarını kabul etmesi ve onaylaması,**
- 10) Meslek üyelerinin, müşterilerinin hizmetinde bağımsız çalışanlar olmaları,**
- 11) Meslek üyelerinin, müşterileriyle karşılıklı güvene dayanan bir ilişki içinde olmaları,**
- 12) Meslek üyelerinin, müşterileri için tarafsız bir biçimde ve herhangi bir özel çıkar gözetmeksizin ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışmaları,**
- 13) Meslek üyelerine hizmetlerinin karşılığında serbest ya**

da belirlenmiş bir ücret ödenmesi.”

Bu özellikler, klasik olarak “meslek” tanımlaması kapsamına giren “hukuk ve tıp” gibi çalışma alanlarına uygulanırsa bile gazetecilik bu kriterlerin tamamını içermemektedir. İçermesi de gazeteciliğin doğası gereği mümkün değildir.

6.1. Gazetecilik Mesleği

G. Kieslich, “Gazeteciliğin Sosyolojisi” başlıklı çalışmasında, bu mesleğin 1609-1650 arasındaki başlangıç yıllarında önemli rol oynayan dört etkene dikkat çekmektedir. Bu etkenler:

- a) Matbaanın icadı ve baskı yöntemlerinin geliştirilmesi,
- b) Bireylerin olaylara ilişkin bilgileri bir bedel karşılığında, hatır için ya da paylaşma arzusu nedeniyle aktarmaya hazır olmaları,
- c) Düzenli bir posta hizmeti ya da haberci örgütlenmesi kurulması,
- d) Bir toplumun ya da toplumsal bir grubun belirli aralıklarla haber almak için var olmasıdır.

Gazetecilik alanında meslek örgütlenmesi, eğitim, öğretim yöntemleri ve kurumlarıyla mesleki etik kodların varlığı ve düzeyi belirlenebilmektedir.

Buna karşın, klasik mesleklerin önemli belirleyicileri olan “otonomi” ve “mesleğin gerektirdiği faaliyetlerin belli bir grubun tekeline verilmiş olması”, gazetecilikte görülmeyen ölçütlerdir.

Çağdaş demokratik rejimlerde yasama yürütme ve yargıdan sonra dördüncü kuvvet haline gelen basın, her dönemde vatandaşla devlet arasındaki ilişkileri düzenleyerek bir kamu görevi yapmakta, demokrasi ve diğer özgürlüklerin korunmasında, öteki güçlerin en büyük destekçisi

olmaktadır.

Gazetecilik, maaşla çalışan ya da haber, yazı, sayfa, program başına ücret alan, habercilik işlevi bulunan süreli bir yazılı, görsel, işitsel kitle iletişim aracında ya da haber ajansında, haber üreten, (toplayan, araştıran, seçen, ayıklayan, biçimlendiren, yayımlayan), üretiminde payı bulunan kişilerin mesleğidir.

1878 yılında bazı yazarlar tarafından “edebiyatı öldüren meslek” diye ilan edilmesine rağmen gazetecilik, yaşam biçimi özelliği taşıyan bir meslek olmanın yanı sıra “belli düşünceleri beyninde ve vicdanında formüle etmiş kişilerin mesleği” olarak da nitelendirilmektedir.

Gazetecilik, Fransız Basın Terimleri Sözlüğü’nde, “Yayın türü ve aralığı ne olursa olsun, basın kuruluşlarının, çalışanlarının etkinliklerinin tümü” tanımıyla yer almaktadır.

BBC Muhabiri Fergal Keane ise gazeteciliği bir sanat olarak değerlendirerek şöyle tanımlamaktadır:

“Gazetecilik sanatı her şeyden önce, gerçeğin kutsanması olmalıdır. Milyonlarca insan bizi izler, dinler. Çünkü biz gerçeğin çıkarlarını her şeyden üstün tutarız. Güven, bizim anahtar sözcüğümüzdür. Bu değiştirilemez bir ilkedir; mirasımız ve misyonumuzdur. Gazetecinin temel yükümlülüğü, gerçekleri aktarmaktır. Herhangi bir nedenle bunu bozmaya başlarsanız, gizli polisin moral yordakçısı oluverirsiniz.”

6.2. Gazetecinin Temel İlke ve Görevleri

Gazetecilik bir bilimdir; yeterli donanımına sahip sorumlu gazeteci de uygulamacı bir bilim adamıdır. Çünkü gazeteciler de bilim adamları gibi, insanoğlunun bilgilerin anlaşılması ve paylaşılması gereksinimini karşılamaya

hizmet ederler.

Gazeteci, mesleki uygulamaların her aşamasında, eylemciliğe girişmeden yandaşığa ya da karşıtlığa kalkışmadan yalnızca “gözlemci ve olay tanığı” olduğunu asla unutmamalıdır.

Gazetecinin temel görevi, olayları gerçek, açık ve dürüst bir biçimde betimlerken, habere konu olan bireye (bi-reylere) ve onun (onların) yakınlarına yönelik yarar ya da zararlar toplumun “dünyanın gerçek! yüzünü görüp öğrenme” gereksinimini dengelemektir. Bu denge de meslek etik'i ilkeleri çerçevesinde “bilgi aktarma ve örnek olma” ölçütleri özenle değerlendirilerek kurulmalıdır. Bu çerçevede gazetecinin temel görevi, kendi kendilerini özgürce yönetebilmeleri amacıyla bireylere gereksinim duydukları bilgiyi sunmaktır. Bu görevi yerine getirebilmek için gazetecinin ilk yükümlülüğü:

- 1) Gerçek haberdir.**
 - 2) Sadakatle bağlı olacağı ilk merci halktır.**
 - 3) Özünde gerçeği teyit etme disiplini yatar.**
 - 4) Bu mesleği icra edenler, konu aldıkları kişilerden ya da olaylardan bağımsız kalmayı başarmalıdırlar.**
- Gazeteci,**
- 5) Bağımsız ve yaptırımını olan bir gözlemci görevi görmelidir.**
 - 6) Kamuoyuna açık bir eleştiri ve uzlaşma platformu sağlamalıdır.**
 - 7) Önemli olanı ilginç ve ilgili kılmak için çabalamalıdır.**
 - 8) Haberleri kapsamlı ve dengeli oranlarda tutmalıdır.**
 - 9) Mesleği icra edenlerin kişisel inisiyatiflerini kullanmalarına olanak tanımalıdır.”**

Bu çerçevede gazetecilik, her olayla ilgili olarak, kendini çeşitli kaynaklardan hızlı bir biçimde bilgilendirme yetisi gerektirmektedir.

Bilgi, en önemli toplumsal ürünlerden başta geleni, haber de en önemli toplumsal gereksinimlerden biridir. Gazetecilik ise bir yönüyle bu iki önemli toplumsal öğeyle ilintili olduğu için kamu görevi sayılmaktadır.

Gazetecilik artık, işlevlerinden biri olan haber vermek, dolayısıyla kişileri habere ulaştırmaya katkısı açısından bir aşama daha ileri gitmektedir; kişilere düşünmeyi öğretmek, günümüzde gazeteciliğin temel ilkelerinden biri haline gelmiştir.

Gazetecilik onurlu bir meslektir; çünkü haber, yorum ve görüşleri içeren bilginin dolaşımını sağlamak gibi onurlu bir amacı vardır. Özellikle demokratik olma iddiasında bulunan toplumlarda, sağlıklı kamuoyunun oluşması bu amacın gerçekleşmesine bağlıdır.

Gazeteciliğin, bilginin dolaşımını sağlama amacının önüne geçmemesi koşuluyla eğlendirmek, dinlendirmek, hoşça vakit geçirtmek, boş zamanı değerlendirmek gibi başka işlevleri de vardır. Günümüz insanı, buna da gereksinim duymaktadır.

6.3. Gazete

Fransız düşünür Alexis de Tocqueville'e göre, "Demokrasi olmazsa gerçek anlamda gazeteler olmaz; gazeteler olmazsa da demokrasi olmaz."

Gazete, politika, ekonomi, kültür ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için, yorumlu ya da yorumsuz, her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayındır.

Gazete, siyasal, ekonomik, toplumsal vb. haberlere ilişkin bilgiler veren ya da görüş belirten günlük yayındır.

Gazete, gününün belgesi, her tür bilginin sadık defteri olarak herhangi bir konuya saplanıp kalmamalı; aksine her damağa yönelik bir şeyler içermelidir.

Gazete, olayları habere dönüştürme işini yapan bir

işletmedir.

Gazete, yazı ve fotoğraf kullanarak halka, güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verir. Genellikle günlük ya da haftalık olarak düzenli aralıklarla yayımlanan gazetelerde, haberlerin ardında yer alan toplumsal eğilimler ve siyasal gelişmelerle ilgili yorumlar da bulunur.

15. Yüzyıl'da baskı makinesinin bulunması, gazete ve dergilerin hızla gelişmesine yol açmıştır. Bu dönemde Fransa'da "occasionnel" adlı, broşür tipi süresiz gazeteler yayımlanmaya başlanmıştır.

Bu türün İtalyan örneklerine ise, "bozuk para" anlamına gelen "gazetta" denilmiştir.

16. Yüzyıl'ın ortalarında Fransa'da, daha popüler nitelikli, bireyin hayal gücüne ve duyarlılığına hitap eden "canard" adı verilen gazeteler görülmeye başlanmıştır.

Gerçek anlamda süreli yayının doğuşu, ancak 17. Yüzyıl başlarında mümkün olmuştur. Hollanda'nın Anvers kentinde, Mayıs 1605'den itibaren, "Nieuwe Tydingen" adlı düzenli bir gazete yayımlanmaya başlamıştır.

1609 yılında Augsburg'da yayımlanan "Der Aviso" ve aynı yıl Strasbourg'da yayımlanan "Die Strasbourger Relation" gazeteleri de düzenli gazeteciliğin en önemli öncülerindendir.

Daha sonraki yıllarda gazetecilik hız kazanmıştır.

Londra'da ilk haftalık yayın (The Weekly News from İtaly and Germany) 1622'de ortaya çıkmıştır.

Dr. Théophraste Renaudot, 1631 yılında Paris'te, modern anlamda ilk gazete (süreli yayın) sayılan "La Gazette"i yayımlamıştır. 1636 yılında Floransa'da, 1640'da Roma'da, 1661'de Madrid'de, 1665'te Londra'da, 1703'te de St. Petersburg'da ilk günlük süreli yayınlar çıkarılmıştır.

6.3.1. Osmanlı'da Gazete

İlk Türk Basımevi “Dar’üt-Tıba’at-Ül Amire”, İbrahim Müteferrika tarafından 14 Aralık 1727’de kurulmuştur.* Bu basımevinde ilk olarak “Kitab-ı Lügat-ı Vankulu”nun (Vankulu Sözlüğü), 31 Ocak 1729’da basılmış olmasına rağmen, Osmanlı ülkesinde Türkçe gazete yayımlanması için yaklaşık bir yüzyıl beklenmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu sınırları içinde Türkçe yayımlanan ilk gazetenin, “Takvim-i Vakayi” (1 Kasım 1831) olduğu kabul edilmektedir. Oysa Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa, 20 Kasım 1828 tarihinde, ilk Türkçe-Arapça gazete olan “Vakayi-i Mısriyye”yi Kahire’de yayımlatmıştır. Mehmet Ali Paşa ayrıca, 1830 yılında da Hanya’da, “Vakayi-i Giridiye”yi yayın hayatına sokmuştur.

Türk gazeteciliğinin doğuş aşamasının ilk dönemi, Takvim-i Vakayi’nin yanı sıra 1840’da basılan yarı resmi nitelikte bir gazete olan Ceride-i Havadis ile başlamıştır. İkinci dönem ise Tercüman-ı Ahval (1860) ve Tasvir-i Efkar’ın (1862) yayımlanmasıyla gerçek anlamda Türk gazeteciliği olarak nitelendirilen dönemdir.

Osmanlı’da, özellikle ilk Türkçe gazeteler, genel anlamda “Hükümet’in icraatını duyurma” amacıyla yayımlanmış ya da yayımlatılmıştır. Ancak bir süre sonra basında, “hükümetten talimat ya da nakdi yardım almadan” özel kişiler tarafından yayımlanan gazeteler görülünce, yönetimin keyfi kaçmıştır.

Bu gazetelerin, hükümete ve onun uygulamalarına muhalefet etmeleri, yeni öneriler ortaya atmaları; hükümetleri bazı önlemler almaya, dolayısıyla basında zorunlu bir suskunluk yaratmaya yöneltmiştir.

Bu çerçevede, çeşitli devletlerin basınında olduğu gibi Türk basınında da denetim, baskı ya da sansür, ilk gazete Takvim-i Vakayi’nin yayın tarihi olan 1 Kasım 1831’den günümüze kadar çeşitli biçimlerde süregelmiştir.

Çeşitli belgelerde (anayasa, yasa, kararname, tüzük, yönetmelik vb.) yer alan, genel tanımıyla “kısıtlamalar”ın temel gerekçeleri, 1867 tarihli Kararname-i Ali’de şöyle özetlenmiştir:

“Gazetenin görevi bütünleştirme ve ahlakı ıslah olmaktan çıkıp, ülke çıkarlarına aykırı olan ifrat ve tefrit yoluna girdi. Devlet hakkında bile dil uzatmalar görülüyor. Dışarıdan gelecek yermeleri def edecek yerde, düşmanlara fesat aleti olacak zararlı fikirler ve yalan haberler yayımlanıyor. Zihinlere korku salınıyor ve ahali içinde çatışmayı getirecek şeyler yazılıyor. Bunları engellemek için hükümet -yasalara başvurmadan- doğrudan doğruya yasaklama ve cezalandırmaya karar verebilir.”

Ali Kararname geçici olarak çıkarılmıştır ama 1909’a kadar yürürlükte kalmıştır. Çünkü kararnamenin çıkartılmasına neden olan koşullar ortadan kalkmamıştır. İşbaşına gelen her hükümet, bu kararnameyi kendine göre kullanmış ve “basına zincirler vurmaya” yönelmiştir. Öte yandan, gazeteciliğin resmi bir girişimle hayata geçirilişi ve yaklaşık otuz yıl sonra ilk özel girişim gazetesinin yayımlanması, imparatorluğun söz konusu yüzyıldaki koşullarıyla yakından ilişkilidir. Bu özel dönem, Türkiye Cumhuriyeti’ne varan yolculuğun başlangıcı da olan Tanzimat Dönemi’dir.

Tanzimat Dönemi politikalarının temel amacı merkezileşme çalışmalarıdır. Bu doğrultuda modern bir bürokrasi kurmak gereklidir. Gazetenin ortaya çıkış nedeni de bürokratik bir aygıt olarak siyasal işlevdir. Osmanlı’nın resmi gazetesi niteliğinde olan Takvim-i Vakayi ve sonraları yerel basının köklerini teknolojik olarak atan vilayet gazeteleri**, ihtiyaç duyulan yeni toplumsal örgütlenme biçimine uygun bir iletişim düzeyinin parçası olarak tasarlanmıştır. Tanzimat Dönemi

bürokratları için hem bürokrasi hem de gazetecilik alanında bir okul işlevi de gören gazete, özel girişim gazeteleri için de bir hazırlık aşaması olmuştur.

Osmanlı'nın ilk gazeteleri “resmi” niteliği yakıştırılsa da bazı toplumsal güçleri harekete geçirmişlerdir. Bunlar: “Değişme gereği (Islahat'ı, Tanzimat'ı savunma), laikleşme yolunda ilk adımlar, merkeziyetçiliğin pekiştirilmesi, Avrupa merkezli dünya görüşü, Avrupa kaynaklarına bağımlılık, dinamik kamuoyuna doğru ilk adım, dilde sadeleşme, dilde Batı sözcük ve kavramlarının artması, dile bağlı ulusçuluk, haberden çok eğitim aracı sayılmak.”tır.

Takvim-i Vakayı 4.608 sayıdan sonra, Büyük Millet Meclisi Hükümeti tarafından verilen “Ceride-i Resmiye” (Resmi Ceride - 2 Kasım 1922) adını almıştır. “Resmi Ceride” de 763. sayısından sonra, 2 Ocak 1928 tarihinde “Resmi Gazete” adını alarak, günümüze kadar süregelmiştir.

*“1493'te Yahudiler İstanbul'da, 1495'te Selanik'te, Ermeniler 1567'de, Rumlar 1627'de İstanbul'da birer matbaa kurdular. Osmanlıların matbaası ise Sait Çelebi ve İbrahim Müteferrika tarafından 1729'da; demek ki matbaanın icadından 279, İstanbul'da açılan ilk matbaadan 236 yıl sonra kuruldu. Fakat herhalde matbaaya yine de büyük bir gereksinme yoktu ki 17 kitap bastıktan sonra 1742'de kapandı (ortalama yılda bir kitap gibi). Duyulan gereksinme üzerine aynı matbaa 1784'te yeniden çalışmaya başladı. Dolayısıyla 17 basılmış kitap dışında, gecikmemiz 334 yıla çıkıyor.”

**1865 yılında, Türkçe-Bulgarca yayımlanan “Tuna Gazetesi” ile başlayan vilayet gazeteleri dizisi çerçevesinde, Anadolu'daki ilk gazete Envar-ı Şarkıyye'dir. 1867'de

Erzurum'da yayımlanmaya başlayan bu gazetenin yaşamı, bazı zorunlu ara vermelerin dışında, 1963'e kadar sürmüştür.

Anadolu'da yayınıni sürdüren en eski gazete ise Ulusal Kurtuluş Savaşı sırasında yayımlanmaya başlanan (25 Aralık 1918) Yeni Adana Gazetesi'dir.

6.3.2. Onyedinci Yüzyıl'ın Basın Sorunları

Basının bugün de hala var olan pek çok özelliği, 17.Yüzyıl'da oluşmuştur. Gazetelerin türleri, o dönemde bile çok geniştir. Ancak siyasal, ekonomik baskılar, sansür, amaç ve içerikte yozlaşma, yüzeysellik, "17. Yüzyıl'ın basın sorunları" olarak döneme damga vurmuştur.

Gazetelerin ortaya çıkışıyla bilgi ve habere olan ilgi pazarı büyümüştür. Artık kitle iletişim araçları, kitle üretimi olarak biçimlenen piyasa ekonomisindeki yapılanma sürecinde yeni bir başlangıç gerçekleştirmişlerdir.

Pazar ilişkilerinde kültür kurumları da görünmeye başlamıştır. Kitaplar, gazeteler, dergiler, kitapçılar ve kütüphaneler, eleştiri ve eleştirmenler, gazeteciler ve yazarlar, en çok satılan kitaplar (best sellers) ortaya çıkmıştır.

Burjuva sınıfının yükselişi, yeni kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasını hızlandırmıştır. Çünkü iletişim araçlarının gelişimi, tarımsal kapitalist ya da sınıai kent kapitalizmi dönemlerinde izlenebilir.

"İleri Tekelci Kapitalizm" diye adlandırılan dönemde çağdaş kitle iletişim araçları büyük ölçüde gelişmiş; çoğalmış; kültürün üretimi ve dağıtımında önde gelen araçlar ve kanallar haline gelmiştir.

Daha sonraki gelişme evresinde, kitle iletişim araçları çağdaş iş ve üretim sürecinin kalbine girmiş ve düzenin öteki ekonomik ve teknik parçaları gibi geniş çapta kitle örgütlerinden biri olmuştur. Bilmenin ve bilincin üretim

ve tüketimi, bu araçların aracılığına bağlı hale gelmiştir.

6.3.3. Kitap Kültürü ve Gazete

Kitap kültüründe temel özellik, aktarılan fikir ya da bilgilerin deforme olmaması, sağlıklı korunması, istendiğinde doğruluklarının kolaylıkla araştırılabilmesidir.

Böylece söylentiye, işitilene, dolayısıyla yanlış aktarılabilene değil; kesin çizgili verilere dayanan, bilimselleşebilen bir kültür oluşmaktadır.

Buna karşılık, gazetenin çok farklı düzeydeki bireylerle aynı anda yönelmek gibi bir işlevi vardır. Dolayısıyla içeriğe, anlatımlarda basitleştirme, özetleme, anlaşılabilirlik için “bilimsellikten uzaklaşma” öğeleri egemen olmaktadır.

Bir görüşe göre: “Gazeteye bilim ve fikir üretilmez; gazete kamuoyu ve zihniyet oluşmasına katkıda bulunur. Zihniyet, fikirlerin kesinliğini kaybetmiş (flulaşmış), kısaca deforme olmuş şeklidir.”

Gazeteler habere iki değişik yoldan yaklaşır. Haberciliğe daha ciddi yaklaşan gazeteler, okuyucularına dünyada olup bitenlere ilişkin, olabildiğince fazla ve doğru bilgi vermek amacındadır.

“Magazin haberciliği” diyebileceğimiz ikinci tür habercilik anlayışında ise haberlerin eğlendirici yönü ön plana çıkartılır ve öyküleştirilerek sunulur.

Magazin haberciliği yapan gazeteler bol fotoğraf kullanır ve ilk bakışta dikkati çekecek, heyecan uyandırmayı amaçlayan başlıklar atar. Birçok gazete ise bu anlayışlardan birini seçmek yerine, iki yaklaşımdan da yararlanır.

6.4. Gazeteci (Haberci)

Bir gazetenin hazırlanmasında ve çıkarılmasında görev alan kişilere “gazeteci” adı verilir. Gazetecilerin asıl görevi

olan haber toplama ve bildirme işine ise “muhabirlik” denir.

Gazetecilik mesleğinin ilk uygulamacıları olan gazetecileri tanımlamak amacıyla çizilen popüler portrelerden birine göre: “Gazeteci öylesine katı ve inançsız biridir ki, ‘iyi bir hikayeyi’ gerçek de dahil, hiçbir şeye değişmez.”

Bir görüşe göre de bu mesleğin ilk uygulamacıları yani ilk gazeteciler, pek onurlu davranmadıkları için kimi çevrelerden sert eleştiriler almışlardır.

1626 yılında Londra’da sahnelenen “The Staple of News” (Haber Dükkanı) adlı oyunda şöyle denilmekteydi:

“Gazeteci, kesinlikle utanma duygusundan yoksun ve okuyucularının saflığından yarar sağlamak için ne olursa yazmaya hazır biridir.”

Bütün bu eleştirel görüşlere rağmen gazeteci, karşılaştığı olayları bilgi ve kültürüyle harmanlayarak, dünya değerleri çerçevesinde hedef kitesine sunan kişi olmalıdır.

O halde gazetecilik, günlük olayları tanıma, anlama ve değerlendirme; onlara eleştirel gözle yaklaşma becerileri gerektirmektedir. Bu çerçevede gazeteciler, kamuoyunun bağımsız temsilcileri olma görevini yüklenmiş insanlardır. Günümüzde gazeteci haber üreten ya da haber üretiminde payı bulunan kişidir. Gazeteci olay tanığıdır; soruşturmacıdır; sanatçı, edebiyatçı, tarihçi ya da bilim adamı değildir.

Tanınmış Fransız yazar ve gazeteci Stéphanne Lausanne, gazetecinin ilginç bir tarifini şöyle yapmaktadır: “Gazeteci bir nevi Diyojen’dir. Elinde feneri, hayattan gelip geçer ve her yerde daima hakikati arar.”

Gazetecinin görevi: olayı görmek, duymak, hissetmek, kaydetmek ve son aşamada anlatmak; böylece bilgili ve eleştirel siyasal vatandaşların yetişmesine yardımcı olmaktır.

Gazetecilik sıradan olayların yanı sıra büyük olayların içinde yaşama, en azından onları çok yakından izleme olanağı sağlayan bir meslektir. Gazeteci ise izlemekte olduğu olaylarla ilgili doğru ve dürüst haber vererek okuyucuların güvenini kazanmak zorundadır.

Gazete ve gazeteci, okuyucusunun güvenini her haberle, her yazıyla, her fotoğrafla ve her gün tazelemek, yenilemek durumundadır. Bunun için gazete ve gazeteciye hava kadar gerekli olan şey özgürlüktür. Özgür yaşamak isteyen tüm insanlara gereken de haberdir; bilgidir.

6.5. Türkiye’de Gazeteci

1930’lı yılların sonlarına doğru, Türk Basın Birliği’nin kuruluş hazırlıkları için (Basın Birliği Kanunu 14 Temmuz 1938’de kabul edilmiştir.) Matbuat Umum Müdürlüğü tarafından başlatılan çalışmalar sırasında gazetecinin tanımı: “Doğruyu, ciddiye kovalayan, heyecan verici haberdan ve laubalilikten kaçınan kişi...” olarak yapılmıştır. Öte yandan Türkiye’de, gazeteci sıfatının kime verileceğini belirleyen net bir ölçüt bulunmadığı ileri sürülmemekte, buna örnek olarak da Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından verilen “Basın Kartı”nın, aslında “gazeteci” olmayan birçok kişi tarafından taşınması gösterilmektedir.

Ayrıca “Sarı Basın Kartı” bugünün koşulları içinde gazeteci sıfatını taşımak için gerekli ve yeterli değildir. Günümüzde medya kuruluşlarının büyük bölümü, hukuki ve mali yükümlülüklerin ağırlığını öne sürerek fikir işçilerine, 212 Sayılı Yasa uyarınca kadro açmaktan kaçınmaktadırlar. Böylece fiilen gazetecilik yapan kişilerin önemli bir bölümünün, basın kartı taşımaları mümkün olamamaktadır.

“Gazeteciliğin, haber malzemesi sayılan bilgilerin

toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlem” olduğu tanımından yola çıkarak gazeteciyi, “Erişmek istediği kitle için en önemli diye nitelendirdiği bilgileri toplayarak haber yapan ve kişileri bilgi alarak düşünmeye sevk eden meslek mensubu...” diye tanımlamak da mümkündür.

13 Haziran 1952 tarihinde kabul edilen “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında 5953 Sayılı Kanun” ile onu değiştiren 10 Ocak 1961 tarihli 212 Sayılı Yasa'nın 1. Maddesi gazeteciyi şöyle tanımlamaktadır:

“Bu kanun hükümleri, Türkiye’de yayımlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunu’ndaki ‘işçi’ tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır. Bu kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir.” Bir başka tanıma göre gazeteci, “Yalnız gazetecilikle meşgul olan, uyanık bulunduğu her dakikasını bu mesleğe hasreden, yalnız bu meslek sayesinde geçinen kişi” olarak belirlenmiştir.

“Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”ne göre de: “Düzenli bir şekilde, günlük yahut süreli bir yazılı, görüntülü, sesli veya elektronik basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli veya telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup çalıştığı işletmeyle ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir”

O halde gazeteci, süreli bir yazılı basında ya da görsel, işitsel bir iletişim aracında, haber peşinde koşan ya da haberi biçime sokan kişidir.

Ancak bu tanımlamalar, tek başına “gazeteci” kavramını

açıklamaya yetmez. Çünkü çalışma biçim ve koşulları nedeniyle basında emek kiralayanların tamamının gazetecilik kapsamına alınıp alınamayacağı farklı yorumlara yol açmıştır.

Sonuç olarak, Devlet'in koyduğu ölçülerin dışında kalıp fiilen gazetecilik yapan pek çok kimse olduğu gibi bu ölçülere uyup da hiçbir şekilde gazeteci sayılamayacak birçok kimsenin varlığı, yasal ölçülerden hareketle "gazeteci" tanımında bir çelişkiyi ortaya koymaktadır. Bu çelişkinin gazetecilik mesleği açısından birçok olumsuzluğu da beraberinde getirdiği söylenebilir.

6.6. "Örgüt"süzlük

Günümüz Türk Basını'nın en önemli özelliklerinden biri de "örgüt"süzlüktür. Basın iş kolunda "örgütsüzleştirme"nin ilk adımı, istenmeden de olsa, 12 Eylül sonrası, 1983 yılında çıkarılan, 2821 sayılı yasayla atılmıştır.

Bu yasa gereği, o zamana kadar TGS'ye üye olan matbaa işçileri, 27 numaralı "gazetecilik işkolu"ndan çıkarılmışlardır. Böylece, o zamana kadar 34 işyerine toplu sözleşme yapabilen ve 6.000'in üzerinde üyesi bulunan Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın (TGS), üye sayısı 1.500'e düşünce, sendika büyük bir güç kaybıyla karşı karşıya kalmıştır.

Ancak bu konudaki en etkili uygulama, Milliyet Gazetesi'nin el değiştirmesi (6 Ekim 1980) üzerine başlatılmıştır. Aydın Doğan'ın, Milliyet Gazetesi'ni satın almasından sonra başlatılan süreçte, iki gün içinde yaklaşık 900 gazete çalışanı, Türkiye Gazeteciler Sendikası'ndan (TGS) istifa ettirilmiştir.

Bu arada gazete bünyesindeki bazı hizmetler de taşeron şirketler aracılığıyla yürütülmeye başlanmıştır. (Aynı

olaylar, adı geçen işverenin, Hürriyet Gazetesi'ni satın almasından önce [10 Ağustos 1994] de yaşanmıştır.) Öte yandan, TGS 1980 sonrası da Günaydın, Sabah, Türkiye gibi gazetelerde örgütlenme girişimlerinde bulunmuş; 27 Haziran 1989 tarihinde bu gazetelerin çalışanlarına çağrı yaparak toplu sözleşmeyle sağlanan haklar bir kez daha ortaya konmuştur.

O tarihte de TGS'nin çağrı yaptığı Günaydın, Sabah, Tan, Türkiye, Bugün, Yeni Asır ve Dünya gazetelerinde çalışanlar sendikaya üyelik yönünde bir başvuruda bulunmamışlardır.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nın resmi istatistiklerine göre, 1994 yılında sektörde çalışan 6 bin 919 gazetecinin 4 bin 454'ü sendikalıydı. Sendikalaşma oranı %64.37 idi.

TGS'nin Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ) heyetine sunduğu raporda, gazetecilik işkolunda yaklaşık 9 bin 800 kişinin çalıştığı, TGS'nin kayıtlı üyesinin 3 bin 398 olduğu, ancak aktif üye sayısının bin dolayında bulunduğu, sendikal haklardan yararlanan gazeteci sayısının ise 450-500 kişiye (sektörde çalışan gazeteci sayısının % 5'ine) zor ulaştığı belirtilmiştir.

TGS, 1979-1994 yılları arasında 18 işyerinde yetkili sendikayken (Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A. Ş. , Hürriyet Haber Ajansı, Hürgün Gazetecilik ve Matbaacılık A. Ş. , İdeal Yayıncılık A. Ş. , Milliyet Gazetecilik A. Ş. , Tercüman Gazetecilik ve Matbaacılık A. Ş. , Cumhuriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A. Ş. , Yenigün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A. Ş. , Çağdaş Yayıncılık ve Basın Sanayii A. Ş. , Anadolu Ajansı A. Ş. , Anadolu Radyo ve Görüntü Hizmetleri A. Ş. , Güçlü Gazetecilik Yayıncılık ve Matbaacılık A.Ş. , Daily News Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş. , Milliyet Yayın A.Ş. , Karacan Yayınları A. Ş. , Ankara

Ajansı A. Ş. , Akdeniz Haber Ajansı A. Ş. , Ulusal Haber Ajansı A. Ş.), bu sayı 1994'ten sonra 4'e düşmüştür. 1994 yılından sonra Anadolu Ajansı, Cumhuriyet Gazetesi, Ulusal Basın Ajansı ve Anka Haber Ajansı dışında sendikalı gazeteci çalıştıran yayın organı kalmamıştır. 2007 yılında ise TGS ile toplu iş sözleşmesi imzalamayı sürdüren tek basın kuruluşu Anadolu Ajansı'dır. (2007 yılında Türkiye'de 44 yaygın gazetenin yanı sıra 1000 dolayında yerel gazete bulunmaktadır.)

Bu gelişmeler çerçevesinde, sendikasız yönetici-gazeteci, patronun en iyi adamı olarak işyerinin sendikasılaşmasını gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu eylemleri gerçekleştirenlere, şu soruları yöneltmek gerekmektedir:

“Kendi çalışanın örgütlenmesine katlanamayanlar, Türkiye'de sivil örgütlenmeye hangi katkıyı sağlayabilirler? Gazetesinde işçi kıyımını, sendikasılaştırmayı tüm gücüyle uygulayan işveren, emekçilerin zor durumlarında nasıl yanında olabilir? Bu medya, sendikalaşmak isteyen kamu çalışanlarına nasıl destek verebilir? Sendikasız bir gazeteci, işçi haberi yazarken acaba neler düşünür? Örgütsüz bir gazetecinin, haberini özgürce yazma şansı yoktur. Özgürce haber yazamayan bir gazetecinin, işini doğru dürüst yapması mümkün değildir. Örgütsüz gazeteci özgür değildir; doğru haber yazamaz; ciddi haber yazamaz. Kendini demokrasi mücadelesi içinde göremez. Kalemı esir alınmış; kafası esir alınmış insan konumuna düşer.”

6.7. Öteki Ülkelerde Gazeteci

Okuyucuyu yüceltmek, ona verilen değerle ölçülür. O değer de gerçek haberleriyle eğiticiliğiyle öğreticiliğiyle sanatıyla okuyucunun eline verilen gazetedir.

Yazılı basının ürünü olan gazete, yalnızca bir ticari meta değildir. Bunun ötesinde, gazete aynı zamanda bir entelektüel yarı kamusal üründür. İşte bu özelliği, onun tiraj başarısı göstermesinin yanı sıra içerik bakımından da inanılır ve güçlü olmasını zorunlu kılar. Bu çerçevede, gazetelerin çok satmasından öte, ne sattığı da önemlidir. Basın gerçek basın olmazsa o ülkede demokrasi göstermelik olur; gelişmez. İnsan hakları, hukuk hepsi havada kalır; anarşi başlar. Yolsuzluklar başını alır gider; devleti yönetenler, istedikleri gibi yönetirler. Haklı hakkını alamaz. Eğitim düzeyi düşer. Toplum suskun bir toplum olur. Uluslararası Gazetecilik Federasyonu, profesyonel gazeteciye; “Asli, sürekli ve ücretli işe bir ya da birkaç basın organında yazı ve resimle katkıda bulunan ve kazancının çoğunu böylece sağlayan kişi.” olarak tanımlamaktadır. Türkiye’de pek yaygın olmamakla birlikte Batı ülkelerinde sık görülen serbest muhabirler, bu tanımla çerçevenin dışında kalmaktadırlar. Bunlara, gazetelerin kaşeli çalışan taşra muhabirleri de eklenebilir. Bu nedenle gazeteci tanımının, “Herhangi bir basın organına bağlı olarak ya da bağımsız biçimde, sürekli ve asli basın hizmeti gören ve geçimini bu yolla sağlayan kişidir.” biçiminde yapılması uygun olacaktır.

6.8. Gazete Sahipleri

Gazete sahipleri, ayrıntılarda farklılıklar olsa bile genel siyaset ve hedeflerini paylaşan, en azından kabul eden bir editörle anlaşarak, kendi konumlarını sağlama almaya çalışırlar. İdeal olarak editörün görevi de bu genel siyasetin izlenmesini sağlamaktır.

Uygulamada “editorial bağımsızlık”, genelde patron tarafından belirlenen siyasal düzen ya da temel sorunlar hakkında, stratejik kararlar alma konusuyla değil; günlük

üslup, içerik ve bütçeyle sınırlıdır.

Bunun yanı sıra satış savaşı ne kadar şiddetli olursa editörler üzerindeki ticari baskı da o kadar artacaktır. Çünkü gazete, piyasada para karşılığı satılır ve patron buradan para kazanarak gazetecinin ücretini öder.

Kişi öncelikle patronuna ve kurumuna karşı sorumluydu bu durumda sorun, gazetecinin bireysel ahlak sorunu olmaktan çıkarak, kurumsal ahlak düzeyine yükselir. Bu durumda iletişimin içeriği, kurumsal anlayışın egemen olduğu ölçütler çerçevesinde oluşturulur; dolayısıyla birey olarak gazetecinin inisiyatifi sınırlanır. Ancak, bir gazetecinin, patronun adamı olmasını kabul etmek ya da sıradan bir insanın adamı haline gelmek, onun avukatlığını yapmak asla kabul edilemez.

Gazetecinin ilk yükümlülüğü, okurlarını çevrede olup bitenden haberdar ederek, ilgili konularda, kendilerinin karar verebileceği bilgi düzeyine gelmelerine yardımcı olmaktır.

İşverenin ya da kendisinin maddi çıkarları uğruna, okurlarına bunu sağlayamayan gazetenin, onları çılgınca eğlendirerek “rating”lerde ilk sırayı alması meslek ‘etik’ine aykırıdır.

Basında, yıllardır tartışılan konuların başında, “Gazetecinin sorumluluğunun patrona mı, kendine mi, yoksa okura karşı mı olduğu?” gelmektedir. Bu soruya yanıt, “Standart bir gazetecinin, bu sorumluluklardan birinin diğerlerini ezmesine izin vermemek yükümlülüğü altında olduğu”dur.

Her gazeteci, mesleki uygulamalar içinde zaman zaman, bu üç sorumluluğu dengelemek için, küçük ya da orta boy kusurlar işlemiştir. Ancak iş, “meslek etik”ine ağır ihanet suçuna dönüşmeye, hatta onu aşma eğilimi göstermeye başlamışsa artık gazeteci çuvaldızı kendine batırmalıdır.

Eğer temizlik çılgınlıkları atanlar temiz değillerse onların çılgınlıklarını kim ciddiye alır?

Öte yandan, kitle iletişim araçlarının (medya) toplumsal etkinlikleri “güç” konusunu da beraberinde getirmektedir. Kitle iletişim araçları (medya) dikkati çekmek ve yöneltmek, insanları inanç ve fikir noktasında ikna etmek, oy verme ve satın alma gibi konularda davranışı değiştirmeye yönelik etkilemek, değişik statüdekilerle görüşebilmek ve yasal zemine oturmak, gerçekliğin algılanması için yapı ve tanımı oluşturmak gibi alanlarda güç ortaya koymaktadır. Bu alanlarla ilgili gücün sınırlarının ortaya çıkarılabilmesi için: Medyayı kim kontrol eder? Medyaya kim, ne şekilde ulaşır? Sosyal gerçeklik tanımlarının her biri kim tarafından oluşturulur? Bu araçlar önceden belirlenmiş sonuçlarıyla nasıl etkili hale gelir? Medyanın gücünü hangi değişkenler sınırlar? sorularının da irdelenmesi gerekmektedir.

Gazeteci İçin Konuşmak

Konuşma insanın doğuştan sahip olduğu, süreç içinde, yaşamak yoluyla edindiği düşünce ve görüşleriyle kendi istek ve duygularını, belirli bir amaçla karşısındaki kişi ya da kişilere iletme yöntemidir. İnsan var olduğundan bu yana, düşünce ve duygularını anlatmak, ifade etmek istemiş, bu dileğini de konuşma yoluyla gerçekleştirmiştir. Konuşma hareket, davranış ve tavırla ve mutlaka sesli olarak kelimeler aracılığıyla gerçekleştirilir. Diller, tam bir konuşma aracı haline gelmeden, iletişim hareket ve tavırlar yoluyla gerçekleşebiliyordu (beden dili). Bunun içindir ki, artık insan için konuşma, günlük hayatta ne kadar kendine has özellik taşırsa taşırsın, bu eylemin yardımcı ifade biçimi olan hareket ve tavırların hem önceliği hem de konuşmayı tamamlayan bir yeri ve anlamı vardır.

Konuşmak, olur olmaz biçimde laf üretmek, kelime ve cümleleri hiçbir kurala uymadan arka arkaya sıralamak, nasıl ve ne biçimde olacağını bilmeden sesler çıkarmak, el, kol ve yüz hareketleri yapmak, yerli yersiz haykırmak ya da mırıldanmak değildir.

Güzel konuşanlar, konuşmaları sırasında uygun hareket eder, gereken tavrı alır ve gösterirler. “Beden Dili” sözüyle gözle görülebilen beden bildirimleri anlatılmak istenmektedir. Buna karşın sözlü dil ya da kelimelerle yapılan konuşma ise seslerin ilgili dilin ana kuralları çerçevesinde göndermelerin taşıyıcısı olduğu alandır.(Schober, Eylül 2003: 27)

Anadil

Dünyanın en eski ve en büyük beş dilinden (İnsanlık tarihi boyunca konuşulan dillerin sayısı bugün 6 bin dil ya da lehçe olarak kabul edilmektedir. Türkiye Türkçesi dahil, yalnız Avrupa’da konuşulan dil sayısı 185’tir.) biri olan Türkçe’yi doğru, güzel ve dinleyiciyi etkiler biçimde konuşmak, yalnızca orta ve yüksek öğrenim öğrencileri için bir ders konusu değil; bu dili konuşan herkesin üstesinden gelmesi gereken bir iştir, uğraştır.(Çongur, 1999: 8)

Başarılı konuşup yazmak için, kişinin anadilini iyi kullanması gerekir. Anadilini doğru ve amacına uygun kullanmayanlar, ne konuşmada ne de yazmada başarılı olurlar. Çünkü başarılı bir konuşmada ya da yazıda, anlatım açık, işlek ve etkili olmalıdır. Bu da cümlelerin kısa, devingen, dilbilgisi kurallarına uygun olmasıyla, kelimelerin özenle seçilerek yerli yerinde kullanılmasıyla sağlanacaktır.(Yörük, 1978: 27)

Araştırmalar kişinin, dinlemekte olduğu herhangi bir cümlede en fazla 12 kelimeyi hatırladığını ortaya

çıkarmıştır. Okurlar ya da dinleyiciler, genelde cümlelerin ilk bölümlerini akıllarında tutmaktadırlar. Bu nedenle her cümlede, elden geldiğince az kelime (10'dan az) kullanmaya özen gösterilmelidir. Daha anlaşılır ve etkin olmak için de cümle anlatımındaki en temel öge ilk söylenmeli; ayrıntılar daha sonra verilmelidir.(Martin-Lagardette, 2003: 55)

Konuşma ve Kültür

Her insan, eğer işitme ya da konuşma özürlü değilse konuşma yeteneğine sahip olarak doğar. Tüm insanlar dilbilgisi ve söz dizimine sahip bir biçimde dünyaya gelir. Çocuğun konuşmaya başladığı çok küçük yaşlardan itibaren de bu yeteneğini geliştirmesi mümkündür.(Oury, 2000: 14.)

Dil, (Lisan Arapça'dan, zeban ise Farsça'dan dilimize geçmiş kelimelerdir, daha önceleri dil yerine kullanılmışlardır.) en mükemmel anlatma ve anlaşma aracı, konuşma ise bu araçla gerçekleştirilen ve benzeri hiçbir canlıda görülmeyen en ileri iletişim yöntemidir. Konuşma bir yönüyle de bir kültür işidir. İyi ve güzel konuşabilmek için küçümsenmeyecek bir kültür birikimine sahip olmak koşulu, hep anımsanmalıdır.

Konuşma, kelimeler doğru ve yerinde kullanılıyor, cümleler kurulurken dilin musikisi yakalanabiliyorsa güzeldir. Kurallarına uygun konuşuluyorsa, konuşma, konuşma olur. Akıl sahibi, duyan, düşünen insana yakışan da güzel ve doğru konuşmasını bilmektir.(Çongur, 1999:16.)

Başta söz sanatlarıyla uğraşanlar ile basın ve yayın mesleğinde çalışanlar (medya mensupları) olmak üzere, birçok meslek doğrudan konuşmayla ilgilidir. Konuşurken cümlelere yüklenen anlam, yapılan tonlama, cümle kura- rken seçilen kelimelerin ses özellikleri ve ruh inceliği, hep

bireyi yansıtır; kişiliği ortaya koyar.

Kişi konuştuğunda, ifadesinin bütünündeki doğruluk ve güzellik yoluyla kendisini tanıtır ve anlatır. Bu nedenlerle mesleğini yaparken, işine konuşmasını da katan, nerede nasıl konuşacağını bilen kişi, (özellikle gazeteci, medya mensubu) o ölçüde başarıya ulaşır.

Gazeteciler meslekleri gereği, haber araştırırken kaynaklarına sorular yönelir, onlarla yüz yüze görüşme yapar ya da basın toplantılarında sorular sorarlar.

Bunların yanı sıra gazeteciler sık sık panel, açık oturum, sempozyum, forum gibi toplantılara ya yönetici ya da konuşmacı olarak çağrılır. Bu tür toplantılardaki davranış biçimi, konuşma içeriği ve ifade yöntemi, gazetecinin mesleki yaşamına çok olumlu katkılarda bulunabilir. Bu nedenle haberci, iyi, içerikli, akıcı ve etkili konuşma yetisine de sahip olmalıdır.

Sorunlar

Çoğu gazeteci konuşma konusunda deneyim kazanana kadar, birçok sorun yaşamaktadır. Konuşma sırasında karşılaşılan sorunların bazıları şöyle belirtilmektedir: “Konuşurken heyecanlanmamak ya da heyecanımı yenmek için ne yapmalıyım? Konuya bin dereden su getirip öyle başlayabiliyorum. Karşımdaki insanların düzeyine göre konuşmadığımı, konuşma bittikten sonra anlayabiliyorum. Konuşma sırasında, genelde metne bağlı kalıyorum. Başımı önümdeki kağıttan kaldıramıyorum. Konuşma sırasında, ne söyleyeceğimi unutuyorum. Konuya hakim olamıyorum. Çok örnek veriyorum, dinleyiciler sıkılıyor. Yeterince hızlı konuşmıyorum. Yeterince yavaş konuşmıyorum. Çevredekiler sözümü kesince, konu değişiyor ve bir daha asıl konuya geçemiyorum. Dilim sürçüyor. Kelimeleri yuvarlıyor, düzgün

cümle kuramıyorum; akıcı konuşamıyorum. Benim gibi düşünenlerle beraberken iyi konuşuyorum; farklı düşünen insanların yanında ise konuşamıyorum. Sürekli dikkati sağlayamıyorum; dağınca da ne yapacağımı bilmediğimden, bir türlü toparlayamıyorum. Konuyu gereksiz şekilde uzatmaktan kendimi alamıyorum. Tartışmalarda nefesim yetmiyor; karşıdakine laf yetiştiremiyorum. Konuşma süremi ayarlayamıyorum. Yüz ve el, kol hareketlerimi bir türlü kontrol altına alamıyorum. Tartışırken çevremdekileri hep susturuyorum. Konu dışı şeylerden örnek vererek dinleyicileri dinlendirmek istiyorum ama kafaları karışıyor. Ses tonumu kullanmayı beceremiyorum. Sesimle duygu ve düşüncelerimi aktarmayı beceremiyorum. Dinleyici kitlenin tepkisi, konuşmanın akışını değiştiriyor. Dinleyiciler, beni yönlendiriyor. İlginin kesildiğini görünce, kalan zamanımı hızlı hızlı geçip, konuşmamı bitiriyorum.” (Telliöglü, 1999: 19-22)

Eleştirel Dinleme

Hayatta konuşma, ne kadar önemli ise dinleme de en az onun kadar önemli ve gereklidir. Aslında konuşma ve dinlemeyi, anlaşma oluşumunun, tıpkı bir madalyonun iki yüzü gibi, birbirini tamamlayan yönleri olarak düşünmek yerinde olur.

Güzel konuşan çoktur; fakat kendini vererek, dikkatle dinleyenlerin sayısı pek fazla değildir. Oysa konuşma öyle bir diyalogdur ki buna katılan kişi, sırası geldikçe etkin ya da edilgen bir rol oynar. Konuşma alanında başarılı olabilmek için, saygıyla hitap etmek kadar dinlemesini de bilmek gerekir. (Kantemir, 1997:17)

Eğer gazeteci, anılan sorunlarını gidermek amacıyla katıldığı toplantılarda yapılan konuşmaları “eleştirel

dinle-me” yöntemiyle izlerse, başarılı konuşmanın temel ilkelerini belirlemiş olur. Bunun için gazeteci, dinlediği konuşmalardan sonra şu değerlendirmeleri yapmalıdır: “Niçin böyle bir konuşma yapıldı? Konuşma yapılan yer, konuya uygun muydu? Konuşmanın türü neydi? Bir şeyler mi açıklandı, yoksa dinleyiciler mi eğlendirildi? Dinleyenler konuyla ne ölçüde ilgilendi? Ses ve görüntü aygıtlarıyla konuşma desteklendi mi? Konu yeterince açıklanabildi mi? Giriş ve sonuç cümleleri yeterince etkili miydi? Uygun örnekler verildi mi? Anlatılan olay ve fıkraların konuyla ilgisi ne kadar güçlüydü?

Konuşmacı kimlere karşı konuştu? Hedef kitlenin eğitim ve sosyal düzeyi neydi? Anlattıklarına inanıyor muydu? Kendine güveniyor muydu? Heyecanlı mıydı? Resmi bir dil mi kullandı? Yazı dili mi kullandı? Saldırgan mıydı? Sözcükleri düzgün telaffuz edebildi mi? Aynı sözcükleri gereksiz yere tekrarlardı mı? Dilbilgisi hataları yaptı mı? Düşüncelerinin mantık sırası yeterli miydi? Yoksa konudan konuya mı atladı? Konuşma aralarında ‘eee, aaa’ gibi asalak sözcüklerle laf uzatmaları yaptı mı? Sesini normal, işitilebilir biçimde kullandı mı? Yoksa monoton bir konuşma mı yaptı? Dinleyicileri gözleriyle izledi mi? Yoksa gözlerini çevrede mi gezdirdi? Jest ve mimiklerini gerektiği gibi kullandı mı? Yoksa ha-reketleri anlamsız mıydı? Dinleyiciyi etkiledi mi? Dinleyici severek mi dinledi?(Telliöglu, 1999: 108)

İyi Hazırlanmak

Konuşma alanında her türlü sorunun giderilmesi için en iyi güvence, kendinizi iyi hazırlamanızdır. Konuşmaya asla hazırlıksız çıkmayın. Mümkün olduğu kadar kullanacağınızdan çok fazla malzeme ve bilgi toplayın. Bunları toplamak kendinize güveninizi artırır ve ko-

nunuza egemenliğinizi sağlar. Bunları bol bol toplamak, kafanız, kalbiniz ve konuşma biçiminiz üzerinde etki yapar. Bu nokta hazırlanmanın en temel en önemli nedenidir. (Carnegie, 1993: 45)

Bir konuşmanın konusu belirlenip de çerçevesi çizilirken ilk düşünülecek şey, ne ölçüde yeterli bilgi birikimine sahip olduğudur. Sonra, gerekiyorsa görüşleri destekleyecek, anlatıma yardımcı olacak belgelerin bulunup bulunmadığı araştırılır; varsa bunları kullanabilme olanağı aranır.

Konuşmacı önceden amacını belirleyerek, konuşmanın planını yapmalıdır. Malzemeyi, açık ve bölümlerinin birbirleriyle ilgileri belli olacak biçimde düzenlemelidir. Her ana ve yardımcı fikir, konuşmacının zihninde iyice oturmalıdır. Konu belirlemesinde böyle bir durum değerlendirmesinden hareket edilirken hemen düşünülecek dinleyici ögesidir:

“Nasıl bir dinleyici önünde konuşacağız?”

Bu sorunun yanıtına göre, konuya açıklık getirilir ve bu yapılırken de dinleyicilerin yaşları ve eğilimleri, eğitim ve kültür düzeyleri araştırılır ve buna göre bir konuşma çerçevesi çizilir. Dinleyici hakkında, önceden küçük çapta da olsa bir araştırma yapmalı, bilgi edinilmelidir.

Ancak böyle yapılırsa, konunun ve amacın doğru belirlenmesi, uygun bir çerçeve çizilerek konuşmanın istenen düzeyde sürdürülmesi gerçekleştirilebilir.

Bu noktalarda dikkat gösterilirse konuşanla dinleyen arasında uyum sağlanır ve dinletme olanağı doruk noktasına ulaşır.

Konu Seçimi

Konu seçimi ve belirlenmesinde şu kurallar dikkate alınır:

1. Tasvir: (Betimleme) Konunun göz önünde

canlandırılması,

2. Tetkik: (İnceleme) Konuyla ilgili bilgilerin araştırılması,

3. Tarif: (Tanım) Tanıtım yoluyla konuya açıklık getirilmesi,

4. Tahkiye: (Öyküleme) Düzenli anlatımla konunun canlandırılması,

5. Tefsir: (Yorumlama) Amaca ulaşabilmeyi kolaylaştıracak ve sağlayacak değerlendirmelerden yararlanılması.(Çongur, 1999: 93)

Bu aşamaları gerçekleştirdikten sonra hazırlanan konuşmanın provası, (ilk başlarda en az birkaç kez) yüksek sesle ve ayakta durarak yapılmalıdır. İyi hazırlanan bir konuşmacı, platforma, aşağıdaki dört psikolojik yardım malzemesini de birlikte getirir:

1. Konuşmacı karşılaşabileceği “zor durumların” hakkında gelmeye hazırdır.

2. İyi hazırlandığı için, en son dakikada ortaya çıkacak bir değişikliği, lehine düzenlemeyi öğrenmiştir.

3. İyi bir sunuş yaptığı takdirde, unutacağı bölümlerin, az olacağını bilir.

4. Kendine güveni artmıştır.

Kişinin iyi konuşabilmesi için, öncelikle iyi düşünebilmesi gerekir. Görülen, duyulan ve okunan şeyler üzerinde düşünmeyi öğrenmek, bilgiyi mümkün olduğu kadar artırmak, kolay konuşabilmeye yardımcı olur.(Görgü ve Protokol Kuralları, 1984: 29)

Konuşmacı dinleyici kitlesini belirledikten sonra da görüşlerini aktarırken belirli bir mantık sırası izlemelidir. Şöyle ki, önce dinleyicinin bildikleriyle başlamalı ve giderek bilinmeyenleri açıklamalı ve böylece okuyucunun ilgisini canlı tutmaya çalışmalıdır. Dolayısıyla dinleyicinin neleri bilip neleri bilmediğinin önceden kestirilmesi ya da belirlenmesi de hazırlık çalışmalarının bir parçasıdır.

(Seyidoğlu, 1995: 203)

Toplumun bütün isteklerini karşılayabilecek tek hükümet biçimi, bütün halkın yönetime katıldığı hükümettir.

En küçük kamu görevine olsun katılım yararlıdır; her alandaki katılma, toplumun genel gelişme düzeyinin elverdiği ölçüde geniş olmalıdır. Bir tek küçük kentten daha büyük bir toplumda, kamu işlerine herkes kişi olarak katılamayacağı için, bundan mükemmel bir hükümetin ideal türünün temsili hükümet olacağı sonucu çıkmaktadır.

John Stuart Mill

Toplumsal ve siyasal yöntemleri çok değişik olsa bile toplumlarda, yönetenler ile yönetilenlerin arada bir karşılaştıkları buluşma noktaları vardır. Her yönetim biçiminde, karar ve eylem üreten siyasal kurum ya da erk, yönetilenlerin uygulamalar konusunda ne düşündüklerini öğrenmek ister.

Bu, halk iradesi ve çoğunluk kararı ilkesine dayalı Batı tipi demokrasilerin bir gereği olduğu gibi iktidarın zor yoluyla ele geçirildiği ya da iktidar dışındaki grupların yönetime geçme, siyasal mekanizmayı yürütme olanaklarının kısıtlı olduğu toplumlarda da bir gerçektir.

Siyasal iktidarı elinde bulunduran grup ile bu grubun yönettiği kişiler arasında, her zaman ve her yerde, karşılıklı bir ilişki ve etkileşim vardır. Kamuoyu, bu ilişki ve etkileşim sürecinde, değme noktalarından biridir.

7.1. Anlam

Latince “publicus” ve “opinion” sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine giren kamuoyu kavramı, Fransızca’da “opinion public”, İngilizce’de “public opinion” ve Almanca’da “öffentliche meinung” sözcükleriyle ifade edilmektedir.

Batı ülkelerinden Türk Dili'ne geçen kamuoyu kavramının karşılığı olarak ilk zamanlar “efkarı umumiye”, “umumi efkar”, “amme efkarı”, “halk efkarı” ve “kamu efkarı” gibi ifadeler kullanılmıştır. Günümüzde ise söz konusu kavram, kamu ve oy sözcüklerinin bileşimiyle “kamuoyu” olarak dile yerleşmiştir.

Kamuoyu kavramını oluşturan sözcüklerden ilki “public” İngilizce’de ayrıca:

- a) Bir ülkede yaşayanların tümü,
- b) Özele karşıt olarak topluma açık ve aleni olan her şey,
- c) Herkesi ilgilendiren,
- d) Bir ülkede hükümete, yönetime ait her şey,
- e) Özele karşıt olarak, idareye devlete ait her şey, anlamlarında da kullanılmaktadır.

Kamu sözcüğünün yukarıda sözü edilen anlamlarına sırasıyla şu örnekler verilebilir: “Kamu düşüncesi, kamu malı, kamu vicdanı, kamu işleri ve kamu sektöründe çalışmak.”

Kamuoyu kavramının ikinci kelimesi “opinion” ise Türk Dili'ne, zihnin yaptığı bir işlem anlamında “düşünce” olarak girmiştir. “Opinion”un Arapça karşılığı olan “kanaat” de “insanın bir şeyle ilgili olarak vardığı görüşü” ifade etmektedir.

Bir başka deyişle kanaat, bir sorunla karşılaşılması ya da alışlagelen tepki kalıplarının yetersiz kalacağına anlaşılması sonucu ortaya çıkan somut durumlarda, tutumların bütünleşmesidir.

Kamuoyu kavramını oluşturan ikinci sözcük “oy”u da “bir konuda tutulacak yolu belirlemek için ileri sürülen görüş” biçiminde tanımlamak mümkündür.

Bu çerçevede kamuoyu, “Kamu yaşantısıyla ilgili tartışmalı bir sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubunun ya da gruplarının taşıdıkları kanaatlerin anlatımlarıdır.

Bu anlatımlar, hem çoğunluk hem de azınlık kanaatlerini içerir.” şeklinde tanımlanabilir.

7.2. Tarihi Süreç

Kamuoyu, insanın ilk toplumsal yaşama girmesiyle ortaya çıkmıştır. Ama kişinin, kamuoyundaki toplumsal rolünün bilincine varması, uzun bir süreçten sonra gerçekleşmiştir. Kaynağı Eski Mısır, Antik Yunan ve Roma’ya dayandırılan kamuoyu konusunda birçok ünlü filozof görüş belirtmiş; kavram, Eflatun ve Aristo tarafından “kitle kanaati” olarak adlandırılmıştır.

Burjuva sınıfının ortaya çıkışı ve kentlerin canlanması, Rönesans ve Reform hareketleriyle (1300-1660) ortaya çıkan zihinsel aydınlanmanın önünü açmıştır. Rönesans ve Reform hareketleri kilisenin, insanın tutum ve davranışlarını etkilemesinin kaldırılmasında önemli rol oynayarak, kamuoyu olgusunun ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır.

Bu nedenle kamuoyu kavramı, daha çok Aydınlanma Dönemi’nin (1650-1800) bir ürünü olarak değerlendirilmiştir. 18. Yüzyıl’da açık bir biçimde ifade edilmeye başlanan kamuoyu kavramının ortaya çıkmasında, dönemin liberal düşünürleri Hobbes, Rousseau ve Locke’un önemli katkıları olmuştur.

18. Yüzyıl Avrupası’nın (Aydınlanma Dönemi) toplumsal koşullarını, birkaç yıl öncesinden hazırlayan unsurlar arasında, nüfus artışı, matbaanın icadı, kentleşme, eğitimin yaygınlaşması, ticaret ve sanayinin gelişmekte olması, gazete sayı ve tirajlarının artması, üretim ilişkilerinin değişmeye başlaması, ücretli emeğin ve para ekonomisinin ortaya çıkması sayılabilir.

Aydınlanma Dönemi’nin insanı, önceki dönemlerden farklı olarak “vahiy bilgisi”ni dışlamış; bilinçli olarak

geleneksel kurumları ve değer yargılarını değiştirmiş; en önemlisi de “doğanın bilimsel bilgisi” temeli üzerine dayalı bir gelişmeden yana olmuştur.

Aydınlanma Dönemi’nde, toplumsal ve bilimsel yaşamda akılcılık, laiklik, özgürlük gibi değerler; bilimsel yöntemlerin kullanılması, hurafelerle savaş, hukuk reformu, gibi uygulamalar öne çıkmıştır.

Böylece beliren toplumsal koşullar ortamında, bugünkü anlamına yakın bir kamuoyu kavramı oluşmaya başlamıştır.

7.2.1. Aydınlanma Dönemi

Aydınlanma Dönemi’nde kamuoyunun, toplumsal ve siyasal eşitlikten yana olduğu ve akılcı düşünceler çerçevesinde oluştuğu ileri sürülmüştür. Bu yorumun nedenleri şöyle sıralanmıştır:

- “1) Kamuoyunun oluşmasında, tartışmalar herkesin katılımına açıktır ve özgür bir tartışma ortamı vardır.
- 2) Tartışmalar bireysel çıkarların çatışmasından kaynaklanmamakta, tartışmalarda toplumun genel iyiliği amaçlanmaktadır.
- 3) Tartışmalarda asıl olarak, düşüncelerin olgunluğuna ve akla uygun çözüm önerileri getirilip getirilmediğine önem verilmektedir.
- 4) Kişilerin toplumsal statülerinin, siyasal ve ekonomik güçlerinin tartışmaları yönlendirmesine, biçimlendirmesine izin verilmemektedir.
- 5) Doğru yargılara ulaşmayı sağlayacaksa tartışmalarda siyasal olaylar ve bunların sonuçları kamuoyuna açıklanarak, tartışma aydınlatılmak zorundadır.”

Bu gelişmeler sonucu, dönemin liberal düşünürleri, kamuoyunun sürekli ve katılımcı tartışma ortamlarında, siyasal-toplumsal eşitliği ve akılcı çözüm yollarını ön plan-

da tutarak toplumun ortak iyiliğini ayırt edebileceğine inanmışlardır.

“Tartışmalı bir kamu sorunu hakkında görüşlerini ifade eden, duyuran bireylerin ve grupların kanaatleri” biçiminde tanımlanan kamuoyu, bu gelişmeler çerçevesinde, önceleri Roma’da, “halkın onayı” (Concensus Populi) olarak benimsenmiştir.

Daha sonraları “vox populei, vox dei” (halkın sesi hakkın sesi) anlamında yorumlanan kamuoyu kavramı, bu tanımıyla düşünürler arasında yaygınlık kazanarak günümüze kadar ulaşmıştır.

7.2.2. Jean Jacques Rousseau

Fransız düşünür Jean Jacques Rousseau, 1750’den itibaren eserlerinde yer vermeye başladığı kamuoyu kavramını bir tehdit unsuru olarak görmektedir ve marjinal yapısından ötürü, kamuoyuna karşı çok duyarlıdır. Rousseau, bu konuda şöyle demektedir: “Şimdiye dek başıma gelen en korkunç şey, toplum içinde yalancı, iftiracı, hırsız olarak görülmem ve bunların yüzüme karşı söylenmesidir.”

Rousseau bir başka eserinde, “Bütün bunlar, kimin kışkırttığını bilmediğim halkın bana diş bilemesini, öfkeden giderek kudurmasını ve bana sadece tenhalarda değil, güpegündüz sokak ortasında bile açıkça hakaret etmesini engellemiyor.” demiştir.

Rousseau için, kamuoyunun ahlak bekçiliği, toplumun birlikteliği için ne kadar hayırlıysa birey açısından da o kadar zararlıdır. Çoğunluğun yargıları yüzünden, bizzat kendisinin çektiği acılara rağmen Rousseau, “insanların, ahlak bekçiliği yapan kamuoyuna, dışlanma korkusu yüzünden saygı göstermeleri”ne itiraz etmemektedir.

Rousseau’nun, kamuoyunu hem gerekli hem de düşman

olarak değerlendirmesi çelişki gibi görünse de aslında kendisinden önce hiç kimsenin yapamadığı kadar isabetli bir biçimde, kamuoyunun en önemli yönüne işaret etmektedir:

“Toplumsal oydaşmayla bireyin kanaatleri arasındaki uzlaşma.”

Birey, bir orta yol bulmaya zorlanmıştır. İnsan, kırılğan doğası nedeniyle başkalarının yargılarına bağımlıdır; dışlanmak ya da yalnız kalmak istemez; dolayısıyla “kanaatlerin boyunduruğu” altındadır.

Bu bağlamda Rousseau, sorunların üstesinden gelecek toplumsal bir sözleşmeyi şiddetle arzulamaktadır:

“Üyelerinden her birinin canını, malını ortak güçle savunup koruyan öyle bir toplum biçimi bulunmalı ki orada her insan, hem herkesle birlik içinde olduğu halde kendi egemenliğini korusun hem de eskisi kadar özgür olsun. İşte temel sorun bu...”

Rousseau’ya göre genel irade, en doğru ve en adil iradedir. Fransız düşünür Rousseau, bu kavrama “toplumsal gelenekler ve toplumun tavrı” anlamlarını da yüklemiştir. Rousseau, dördüncü yasal güç olarak gördüğü ve “devletin gerçek yasasını meydana getiren” kamuoyunun, her gün yeniden güç kazandığını belirtmiştir.

Jean Jacques Rousseau, 1776 yılında da şunları söylemiştir: “Yirmi yıldan beri, halkın fikirlerine yön veren düzenli ve tutarlı düşünce, içinde yaşadığımız yüzyılı diğerlerinden ayıran özelliklerden biridir. Bu tarihe kadar, fikirler düzensiz ve kuralsız, insanların tutkularına göre daldan dala atlıyorlardı ve bu tutkular durmaksızın çakıştıklarından, halkı birinden diğerine, sabit bir yön çizmeksizin sürüklüyorlardı.”

7.2.3. “Gerçek Kanaat”

18. Yüzyıl'da "halkın, geleneklere ve sağduyuya dayanan kanaati" anlamında da değerlendirilen kamuoyu kavramı, fizyokratlar tarafından "aydın kamuoyu" tanımlamasıyla ilişkilendirildiği zaman eleştirel boyutunu kazanmıştır. Böylece kamuoyu kavramı, "eleştirel tartışma yoluyla ortaya çıkan gerçek kanaat" biçimindeki katı anlamını yüklenmiştir.

19. Yüzyıl'ın başlangıcına kadar, daha çok bireysel bir güç olarak düşünülen kamuoyu, bu dönemlerden itibaren "kamu yaşamına giren güçlü bir öge" biçiminde görülmeye başlamıştır.

19. Yüzyıl'da toplumdaki değişmeler, eski yapıların yıkılışı, nüfusun kentlerde yoğunlaşması, iletişim araçlarının gelişmesi, endüstriyel koşulların güvensizliği, bunalım ve savaş tehlikeleri, yeni yaşam koşullarının kişiyi tek biçime sokma etkenleri sonucu, birleşerek kolaylıkla etkilenen, ortak ve sert tepkiler gösterebilen, bilgilenmeye susamış kitleler yaratmıştır.

Bu arada, demokrasi ve özellikle halk egemenliği kavramlarının gelişmesi sonucu, kamuoyu kavramı da uygulamada, halk egemenliğinin bir unsuru olarak görülmüştür.

Siyasal düşünürler de devlet etkinliğinin denetimini sağlayacak ve iktidarın kötüye kullanılmasını önleyecek tek gücün, aydın bir kamuoyu olduğunu belirtmişler; bunun gerçekleştirilmesi için yapılması gerekenler üzerinde durmuşlardır.

7.2.4. James ve Baldwin

Kamuoyunun kuramsal modelini ilk oluşturan bilim adamlarından William James (1890) ve Mark Baldwin (1893), toplumsal bir varlık olan insanın tutumlarının ve düşüncelerinin, iletişim ile toplumsal yaşamdaki etken-

lerden biçimlendiğini söylemişlerdir.

James ve Baldwin, kamuoyunu, “Çok sayıda bireysel düşüncenin, kamunun tartışma alanına girmesi durumuna asla indirgenemeyecek, geniş bir zihin içinde biçimlenen karşılıklı etkileşimlerin bir ürünü”, olarak tanımlamışlardır.

Başka bir deyişle düşünceler, bireyler kadar gruplara da aittir. Dolayısıyla kamuoyu, yalnızca tek tek bireylerin düşüncelerinin bir ürünü değil; karşılıklı iletişimin ve etkileşimin ortak bir ürünüdür.

19. Yüzyıl boyunca, kamuoyu kavramı akılcı bir yöntemle irdelenmiştir. İnsan varlığının en esaslı ögesi olarak akılcılık unsurunu benimseyen yaklaşımlara göre kamuoyu, “rasyonel düşünen bir insan topluluğunun ölçülü kanaati”dir. Bu açıdan, her türlü heyecan ve his unsurundan arınmış bir kamuoyu söz konusudur.

20. Yüzyılın başında kamuoyu, toplumsal düzeyde üretilen ve kamunun tümüne ait bir olgu olarak kabul edilmiştir. Toplumda farklı konulara ya da gruplara ait farklı kamuoyu görüşlerinin olabileceği düşünülmemiştir. Bunun bir nedeninin, o dönemde pek çok bilim adamının, kolektif davranışın bir ifadesi sayılan kitlesel gösterileri, isyanları ve grevleri dikkate almalarından kaynaklandığı ileri sürülmüştür.

Bir başka neden de o dönemde geniş toplumsal kesimlere ulaşacak biçimde yaygınlaşan gazetelerin, kitle psikolojisini yönlendirip biçimlendireceği yolundaki inanç olmuştur.

7. 3. Genellemeler

Bazı düşünürler de kamuoyunun, devlet gücü gibi bireysel özgürlük üzerine baskı yaptığı, bu nedenle de toplumu tehlikelere düşürebileceğini savunarak bu konuda incelemelere girişmişlerdir.

Bu düşünürler göre, çoğunluğun fikirleri özellikle yanlış ve hatalı olduğu zaman, toplumu tehlikeye düşürebilecek; bu yanlış görebilen azınlık, oluşan söz konusu kamuoyu karşısında susmak zorunda kalacaktır.

Bu iki karşıt görüş çerçevesinde, özellikle demokratik felsefenin bazı genellemeleri de kamuoyunun niteliği konusunda ilk kuramsal temelleri oluşturmuştur. Bu genellemeler şöyle özetlenmektedir:

“1) Halk kamu işlerine saygı duyar.

2) Halk olup biten her şeyden haberdardır.

3) Halk akılcı çözümlere varır.

4) Akılcı biçimde oluşan bireysel kanılar, toplumun bütünü için de geçerlidir.

5) Halk bir yargıya ya da sonuca ulaştıktan sonra bunu seçimlerde ortaya koyar.

6) Halkın iradesi ya da hiç değilse çoğunluğun görüşleri yasalaştırılır.

7) Sürekli denetim ve eleştiri, aydınlanmış bir kamuoyunun ve buna bağlı olarak da toplumsal ahlak ve adalet ilkelerine dayalı bir kamu siyasetinin sürdürülmesini sağlar.”

7.4. İki Değişik Görüş

Günümüzde ise kamuoyunun ne olduğu ve nasıl öğrenilebileceği hakkında iki hakim görüş bulunmaktadır.

Birinci bakış açısına göre, kamuoyu daha çok “bireysel düşüncelerin bir yığını” ya da “kamuoyu araştırmacılarının ölçmeye çalıştığı şey” olarak algılanmaktadır.

Bu görüşü savunanlar, kamuoyu araştırmalarıyla kamuoyunun çeşitli konulardaki görüşlerinin öğrenilebileceğine inanmaktadırlar. Bir başka deyişle, bu görüşü paylaşan araştırmacılara göre, anket yöntemiyle bireysel düzeyde veriler toplayarak, çeşitli sorunlar

hakkındaki kamuoyu görüşlerinin öğrenilmesi mümkündür.

İkinci bakış açısını savunanlar ise çeşitli sorunlar hakkındaki kamuoyu görüşünün, anket yöntemleriyle tam olarak ortaya konulamayacağını, bunun için birey düşüncelerinin - kanaatlerinin biçimlendiği ve ifade edildiği kolektif süreçlerin incelenmesinin gerekliliğini dile getirmektedirler.

Çünkü kamuoyu, karşılıklı iletişim ve etkileşimin bir ürünüdür. Kamu kavramı, nasıl bireylerin şekilsiz bir toplamını ifade etmiyorsa kamuoyu da bireysel görüşler toplamı değildir.

Bu görüşü savunanlara göre, kamuoyu konusundaki çalışmalar, toplumsal ve siyasal süreçler üzerine yoğunlaşarak, bunları açıklama çabası içinde olmalıdır. Bu doğrultuda, “Sorunların nasıl ortaya çıktığı, sorunların çevresinde kamuyu meydana getiren bireylerin nasıl bir araya geldikleri, sorunun çözümüne ilişkin tartışmalarda izlenecek nihai kararın nasıl belirlendiği?” gibi sorular yanıtlanmalıdır.

Ancak bu soruların yanıtlanabilmesi için araştırmacıların, önce bireyi tanımaları, anlamaları, gereksinimlerini belirlemeleri ve bireysel düzeyde kanaatlerin nasıl oluştuğunu açıklayabilmeleri gerekir.

7.5. Tanımlar

Uzun yıllar bilim adamlarının çok yakından ilgilendikleri bir konu olmasına rağmen, üzerinde uzlaşılan bir kamuoyu tanımı bulunmamaktadır. Çünkü kamuoyu kavramı, birçok sosyal bilim dalını ilgilendirmekte ve her bilim dalı da bu kavramı tanımlama girişiminde bulunurken kamuoyu olgusunun belirli yanlarına vurgu yapmaktadır.

Bir başka deyişle, kamuoyu kavramının tanımlanması, bilim adamlarının ilgi alanlarına göre önemli farklılıklar göstermektedir. Ancak bütün tanımlar iki gruba ayrılmaktadır:

a) Kamuoyunu, herkesi kapsayan, çoğunluğa dayanan, toplum için gerekli birlikteliği sağlayan bir bütünleşme olarak gören tanımlar.

b) Kamuoyunu, seçkinlerin ya da toplumun önde gelen üyelerinin kanaatleri olarak gören tanımlar.

Yine de genel bir tanım yapmak gerekirse, “Kamuoyu, belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna ya da gruplarına hakim olan kanaattir.” denilebilir.

Bu görüşü yansıtan bazı tanımları, şöyle sıralamak mümkündür:

“1) Çoğunluk yeterli değildir; oybirliği de şart değildir.

Kanaat öyle olmalıdır ki azınlık o kanaati paylaşmasa bile korktuğu için değil, inanışlarından dolayı onu kabul etme zorunluluğunu duymalıdır.

2) Asgari anlaşma tabanı, toplumun ya da toplumun önemli bir bölümünün, aynı konudaki kesin kararlar ya da bir kararlar bütünü hakkında düşünceleri ve hisleriyle bir araya gelmeleridir.

3) Asgari anlaşma tabanı, vatandaşların açık bir çoğunluğu tarafından sahip olduğunda, egemen duruma geçen bir görüş açısı ya da bir grup halindeki görüş açılarıdır.

4) Halkın büyük bir bölümü, iktidarın ana amaçlarında ve ilkelerinde fikir birliği göstermiyorsa ismine yakışır bir kamuoyu olamaz. Birlikte olacak kadar birbirine benzeyen bireysel fikirler söz konusu olmayınca, kamuoyu olamaz.”

5) Kamuoyu genelde çoğunluğun kanaatlerini yansıtır.

Oysa bazı durumlarda, azınlık sayılan toplulukların, kararlı bir biçimde benimseyerek sundukları görüş,

konuya aynı etkinlikle sahip çıkmayan çoğunluk grubun sessizliği nedeniyle kamuoyu şekline dönüşebilir.

6) Kamuoyu, bir grup içindeki bireylerin tartışmaları ve karşılıklı etkileşimleri sonucu oluşur. Bir başka deyişle, kamuoyu görüşü olarak sunulan grup kanaati, grup içindeki bireylerin tartışmaları süreci sonunda ortaya çıkar.

Bu özelliklerden hareket ederek kamuoyu şöyle tanımlanabilir:

“a) Kamuoyu, bir grup insanın ortaklaşa ilgisini çeken sorunlar hakkında, belirli karar mekanizmalarını ya da çeşitli toplumsal kesimleri harekete geçirmek amacıyla ifade edilen görüşleridir.

b) Geniş kabul gören bir diğer tanıma göre de kamuoyu, belirli bir zamanda, belirli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna ya da gruplarına hakim olan kanaattir.

c) Bir başka tanıma göre de kamuoyu, kamusal alanda kendini temsil ve ifade etme imkanı bulabilen hakim çoğunluklar ile muhalif azınlıkların, kamusal ve özel yaşam alanında güncellenen tartışmalı konularla ve ortak çıkarlarla ilgili olarak geliştirdikleri düşünce, kanaat ve edimlerdir.”

Ancak kamuoyu, yalnızca bu tanımlardaki gibi algılanamaz. Çünkü bireyin tüm ilişkileri, ait olduğu toplumsal grubun oluşum biçiminden, siyasal, ekonomik, kültürel ve psikolojik koşullardan, gruptaki güçlü kişilerden ya da fikir önderlerinden etkilenir. Dolayısıyla insanlar, belirli konularda düşüncelerini oluştururken kişisel özelliklerinin yanı sıra pek çok etki altında kalırlar.

7.6. Kamuoyunun İşlevleri

Harold D. Lasswell'in öncülüğünü yaptığı, siyaset biliminde psikolojiyi esas tutan İktidar Kuramı'na göre,

siyasal güç ile bireylerin değer yargıları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Kamuoyu ile kamuoyunu oluşturan bireylerin kişisel kanaatleri arasında yakın bir ilişki gören Lasswell, kamuoyunu yaratan düşüncelerin temellerini, kişilerin psikolojilerinde aramıştır.

Lasswell'e göre siyasal iktidar, tüm toplumlarda azınlığı oluşturan bir seçkinler grubunun elinde toplanmaktadır. Bu seçkinler, toplum üzerinde sürekli bir biçimde etkili olmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle de siyasal gücün dayanaklarını ortaya koyabilmek için aktif ve pasif kamuoyu arasında bir ayırım yapmak gerekir.

İktidarı elde etmeye uğraşanların bu görüşlerini, hangi içgüdülerin etkilediğini incelemeye çalışan Lasswell için önemli olan, psikolojik süreçler sonucu meydana gelen kamuoyu kanaatinin, toplum ve dolayısıyla iktidar üzerine etkisidir.

Lasswell'e göre kamuoyu, üç toplumsal işleve sahiptir. Kamuoyu, kanaatlerin uyumuna, kanaatlerin gevşemesine ve kanaatlerin şiddet yoluna dökülmesine yol açabilir. Lasswell, kamuoyunun bu üç toplumsal işlevini şöyle açıklamıştır:

“1) Açık tartışmalar sonucu, yönetim sisteminde bir değişiklik meydana gelirse kamuoyu kendi lehine uyum yaratmış demektir.

2) Kişiler, duygu ve düşüncelerini, olumlu bir sonuç elde etmeksizin, kamunun önünde ifade etme olanağı buluyorlarsa kamuoyu gevşetici etki yaratmış demektir.

3) Demokratik tartışmalar, derin hayal kırıklığı yaratır ve memnuniyetsizlik artarsa toplumsal bunalımı yoğunlaştıran kamuoyu, şiddete başvurma yolunun açılmasına neden olabilir.”

Kamuoyunu, bireysel kanaatlerin bir yığını olarak gören

Harwood Childs de kamuoyunu, psikolojik bir yaklaşımla açıklamaya çalışmıştır. Childs'e göre kamuoyu, birey kanaatlerinin toplamından ibarettir. Başka bir deyişle, bir kanaat, hiçbir zaman bir grubun görüşü değil, yalnızca bireyin düşüncesidir.

Kamuoyunu sosyolojik açıdan açıklayan bilim adamları arasında öncelikli bir yere sahip olan William Albig'e göre, kamuoyu, herhangi bir gruba dahil bireylerin, tartışmalı bir konuda, birbirleri üzerindeki karşılıklı etkileşimleri sonucu ortaya çıkan kanaatlerdir.

William Albig, "Grupta her an egemen bir fikir olabilir; fakat grup üyelerinin ileri sürdükleri başka fikirleri de vardır. Grubun bu şekilde ortaya çıkan fikirleri statik değildir; tartışmaya yeni unsurlar girdikçe değişebilir." demiştir.

Ünlü düşünür Niklas Luhmann ise, kendinden önce kamuoyu üzerine yazan Machiavelli, John Locke, David Hume, Jean-Jacques Rousseau gibi düşünürlerden uzaklaşır; ahlak, yani onay ya da kınama gibi unsurlarla ilgilenmez.

Luhmann'a göre: "Formüller, iyi ve kötüyü açıkça görülebilir kılmak ve bunları yanlış anlamaya imkan vermeyecek biçimde belirlemek amacıyla değil; bir konuyu, üzerinde tartışmaya değer kılmak için kullanılırlar."

Luhmann, kamuoyunun konuları tartışmaya açarak işlevini yerine getirdiğini söylemiştir. Sistem, toplum birçok konuyla aynı anda baş edemez. Öte yandan, acil konuların ele alınıp değerlendirilmesi, hayati önem taşıyabilir.

Bu nedenle, kamuoyu süreci, kısa bir süre boyunca, dikkatleri acilen ele alınması gereken konu üzerinde toplar. Bu kısa süre içinde bir çözüm bulunması şarttır.

İletişim nesnelere ilişkin çabucak değişebileceğinin de hesaba

katılması gerekir.

7.7. Kanaat - Kamuoyu İlişkisi

Bireysel kanaatlerin toplamının kamuoyuna dönüşümü, insanların toplumsal doğalarıyla sürekli yaşadıkları etkileşimlere göre gerçekleşir. Dışlanma tehdidi, dışlanma korkusu, kanaat ortamının sürekli gözlemlenmesi ve güç ilişkilerine dair yürütülen tahminler, bireylerin konuşma ve susma eğilimlerini belirler.

Bütün bu zorlu kamuoyu süreçleri, toplumda tartışılacak konuların seçimi, kamuoyunun savunulması, kamuoyunun değişimi, değer yargılarının sarsılması ve benzer konular, toplumun bütünleşmesini ve eylem yeteneğini güvence altına almaktadırlar.

Bu çerçevede, bir kanaatin, kamuoyu görüşü olarak ifade edilebilmesi için şu koşulların bulunması gerekir:

“a) Bir topluluğu ya da grubu ilgilendiren bir sorun var olmalıdır.

b) Bu topluluktaki ya da gruptaki kişilerin iletişim içinde olmaları şarttır.

c) Tek tek kişilerin değil; topluluğun ya da grubun sahip olduğu düşüncenin ifade edilmesi gerekir.

d) Dile getirilen düşüncenin, bir karar mekanizmasını, bir kuruluşu ya da değişik toplumsal kesimleri bir amaç doğrultusunda harekete geçirme arzusu olmalıdır.”

7.8. Kamuoyunun Oluşması

Kamuoyuyla ilgili olarak uzunca bir süre şu görüş yaygın olmuştur: Belli bir sorunla karşılaşan kişiler, bu sorunla ilgili verileri tartarak bilinçli, akılcı sonuçlara varırlar; böylece ulaşılan kanaatler de kamuoyunu meydana getirir. Ancak, daha sonra yapılan araştırmalar, bu teorik görüşün dayandığı varsayımın geçerli olamayacağını; kamuoyu-

nun kaynağında, çoğu zaman bu nitelikte akılcı-bilinçli bir değerlendirmenin bulunmadığını ve somut sorunlar karşısında beliren fikir ve tutumları, genellikle önceden “biçimlenmiş” kanaatlerin etkilediğini ortaya koymuştur. Kamuoyu, çeşitli aşamalardan geçerek biçimlenen toplumsal bir olgudur. Kamuoyunun biçimlenme sürecini 5 aşamada incelemek mümkündür.

1) Sorun Aşaması:

Bu aşamada, sorunu ve onun yol açacağı sorunları anlamada bir eksiklik söz konusu olmaktadır. Bu nedenle de sorunla ilgili kamu, ne yapacağı konusunda kararsızdır. Kamunun ve sorunun, karşılıklı etkileşim sırasında birlikte ortaya çıktıkları ileri sürülmektedir. Etkileşim bu aşamada, henüz tamamlanmamış durumdadır. Çünkü insanların çoğu, daha söz konusu durumdan ne istediklerini tam olarak bilmemektedirler.

Bu başlangıç aşamasının sonuna doğru sorun, tanınan bir sorun haline gelir ve bu sorunla ilgili kamu ne istediğini belirler. Ancak, hala istediği sonuçlara ulaşmak için en iyi çözüm yolunun ne olduğunu bilemeyebilir.

2) Öneri Aşaması:

Sorunu çözmek için bir ya da birkaç hareket tarzı belirlenir. Pek çok fikir ileri sürülüp vazgeçildiğinden, hala önemli ölçüde belirsizlik vardır.

Bu aşamada, kamuoyunu oluşturan bireyler, sorunun boyutlarını birlikte kavrarlar ve çözüm için bir ya da birkaç yol belirlerler.

3) Politika Aşaması:

Bu aşamada önerilen çözüm yolları tartışılır ve bu önerilerin zayıf yanları belirlenir. Belirli görüşleri hararetle savunan aktif bireyler, sorunla daha az ilgili olan bireyleri yanlarına çekerler ve kendi önerileri için fikir birliği oluşturmaya çalışırlar.

Kamuoyu araştırmacıları, bu aşamada ortaya çıkan görüşleri izlerler. Medya da bu görüşlerden birini destekler ya da karşı çıkar yönde yayınlara yer verir. Politika aşaması sonunda belirli bir hareket planı oluşturulur.

4) Program Aşaması:

Program aşamasında kabul gören eylem biçimi gerçekleştirilir.

5) Değerlendirme Aşaması:

Değerlendirme aşamasında ise özellikle daha önceki tartışmalar sırasında yeterince ikna edilemeyen küçük gruplar, çözüm için uygulamaya konulan politikaların etkinliğini, çeşitli aralıklarla değerlendirirler.

7.9. Çevresel öğeler ve Baskı Grupları

Kamuoyunun oluşumu, toplumsal katmanlar göz önünde bulundurulurken, genellikle üç tabakalı bir piramide benzetilir.

Piramidin tabanını meydana getiren alt ve en geniş tabakada halk yığınları yer alır. Bu kesim kamuoyunun oluşumu bakımından “pasif” bir özelliğe sahiptir. Çünkü kamu sorunları karşısında, bu kesimin ilgi ve bilgi derecesi düşüktür. Bu gruba girenlerin, genel nüfusun % 75-90’ını oluşturduğu ifade edilmektedir.

Piramidin orta tabakasını, ilgililer ya da ilgili azınlık denen “aktif” kişiler oluşturur. Bu gruba giren bireylerin özelliği, ülkenin iç ve dış sorunlarına karşı ilgi duymalarıdır. Bu kesimin nüfusa oranı ise % 10-15 dolayındadır.

Piramidin tepesinde ise “kamuoyu yaratıcıları” denilen bireyler ve gruplar yer alır. Kamuoyu yaratıcıları, toplum içinde çok küçük bir grup durumunda bulunmalarına rağmen, kamuoyunun oluşturulmasında çok önemli bir rol oynarlar.

Kamuoyu, yani hem pasif bireylerin hem de aktif bireylerin sahip oldukları ve ifade ettikleri kanaatler, çoğu zaman kamuoyu yaratıcılarının, önce kendi kafalarında şekillendirdikleri, daha sonra da toplum içinde dolaşıma sunarak yaydıkları kanaatlerdir.

Öte yandan, günümüzde politika sahnesinin baş aktörlerinin siyasi partiler olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ancak onların sahnede yalnız oldukları söylenemez. Siyasal partilerin dışında başka grupların da politika yaşamında faaliyet gösterdikleri ve siyasal kararların alınmasında rol oynadıkları görülür.

Bugün artık yaygınlaşan bir terimle bunlar, “baskı grupları” olarak adlandırılmaktadır. Baskı grupları, ortak çıkarlar çevresinde birleşen ve bunları gerçekleştirmek için siyasal otoriteler üzerinde etki yapmaya çalışan örgütlenmiş gruplardır. Baskı gruplarını ikiye ayırmak mümkündür.

a) Birincil gruplarda, grup üyeleri birbirleriyle sürekli, kolay ve samimi bir biçimde ilişki kurabilirler. Aile, okul ve arkadaş çevresini birincil gruplara örnek olarak gösterebiliriz.

b) Bireyler toplum içinde belirli toplumsal, ekonomik ve siyasal amaçlar çevresinde birleşip örgütlenerek, çeşitli ikincil gruplar meydana getirirler.

İkincil gruplar, grup içindeki üyelerin birbirleri arasında, genelde sözleşmelerle kurdukları resmi ya da gönüllü gruplardır.

İkincil grupların üyeleri arasındaki ilişkiler, duygusallıktan uzaktır ve sınırlı alanları kapsar. Belirli amaçlar doğrultusunda kurulan ikincil gruplarda, üyeler zaman içinde değişirler. İkincil gruplar arasında dernekler, siyasal partiler ve sendikalar sayılabilir.

Bireyler, bu tür gruplara katılmaya kendi özgür iradeleri-

yle karar verirler. Üyelerin gruptan beklentileri, niçin gruba üye oldukları ve bireylerin gruba katkıları sözleşmeyle belirlenmiştir.

7. 10. Kamuoyu - Siyaset İlişkileri

Her ne biçimde olursa olsun kamuoyu, demokratik toplumlarda siyasal mekanizmayı, faaliyetleri olumlu ya da olumsuz etkiler.

Genel olarak, demokratik toplumlarda kamuoyunun büyük bir gücü bulunduğu ve kamuoyunun karşı çıkması halinde, yönetenlerin, çeşitli sorunlar hakkındaki politikalarını uygulamaya koymalarının güç olduğu dile getirilmektedir.

Ancak günümüz toplumlarında, kamuoyunu oluşturan bireylerin, toplumsal gelişmeler hakkında doğru ya da yeterli bilgiye ulaşmalarının, çoğu zaman mümkün olmadığı ya da iktidarın, medyanın ya da çeşitli çıkar gruplarının görüşleri doğrultusunda yönlendirildikleri bir gerçektir. Bazı düşünürler bu olguyu daha da geliştirerek şu görüşleri ileri sürmüşlerdir:

“Bir demokraside iki işlev vardır:

a) Uzmanlaşmış sınıf, (sorumlu insanlar), yürütme işlevini yerine getirir; yani ortak çıkarları düşünür, planlar ve anlarlar.

b) İkinci olarak “şaşkın sürü” vardır ve onların da demokrasi içinde bir işlevi bulunur. Bu, etkin katılım değil; seyirci olmaktır.

Bunun ardında belirli bir mantık yatar. Hatta dayatılan bir tür ahlaki ilke bile vardır. Dayatılan ahlaki ilke, halk kitlelerinin, olanları kavrayamayacak kadar ‘aptal’ olmasıdır.

Çünkü bunlar, kendi işlerinin yürütülmesine katılmaya çalışırlarsa sorun yaratmaktan başka bir şey yapmazlar.”

Günümüz toplumunda, herkesin olup bitenleri doğrudan

öğrenmesi mümkün değildir. Bireyler, çeşitli toplumsal sorunlar ve gelişen olaylar hakkında bir kanaate varırken, okuduklarından, duyduklarından ve gördüklerinden etkilenmektedirler.

Bir başka deyişle, bireyler yalnızca kendilerine ulaşan bilgilerle yetinmek zorunda kalmakta; olayların ve sorunların başka boyutlarından ve arka plandaki gelişmelerinden haberdar olamamaktadırlar.

Bu nedenle kamuoyu, toplumsal tartışmalarda sık sık kendisine gönderme yapılan bir kavram, değişik bir “söylenti”, adı olan ancak varlığı tartışmaya açık bir kurumdur. Kendisine kamuoyunu tanık gösteren herkes, onun toplum çoğunluğunu simgelediği iddiasındadır.

Siyasal bilimci V. O. Key, kamuoyunu, “Yönetimlerin dikkate değer derecede öngörülü (zeki) buldukları özel kişilerin kanıları” olarak tanımlamıştır.

Bu tanım oldukça kapsamlıdır ve önemli bir öğeyi içermektedir. Siyaset yönelimli kamuoyunun siyasal sonuçları vardır. Bu nedenle kamuoyu değişik insanların, değişik bir dizi konuda siyasete ilişkin tutumlarını yansıtır. Bu tutumlar bazı insanlarda güçlü olabilir ve söz konusu kişiler bunları sık sık ifade edilebilirler.

Kamuoyunun, siyasal karar organları üzerindeki etkisi kesinlikle ölçülemese bile birçok kez görüldüğü gibi, bu etkinin varlığı ve geçerliliği tartışma götürmeyen bir olgudur.

Yasama organı, yasaların düzenlenmesi aşamasında, kamuoyunu oluşturan gruplarca kendisine yöneltilen istekleri göz önünde bulundurmak gereğini duyacaktır. Yürütme organı da aynı biçimde karar ve tercihlerinde, bu istek ve kanaatleri hesaba katmak durumunda olacaktır. Kamuoyu olarak ağırlığını duyuran grubun kanaat ve isteklerini dışlayan kararlar, toplum içinde etkinlik ve

dayanıklılık yönlerinden zayıf kalmaya mahkumdur.

II. Mahmut

(Doğumu: 20 Temmuz 1785 - Ölümü: 2 Temmuz 1839)

(Saltanat süresi: 28 Temmuz 1808 - 2 Temmuz 1839)

Osmanoğulları'nın son altı padişahından ikisi oğlu, dördü torunudur; bu yüzden 30. padişah Sultan II. Mahmut, Osman Bey ve Sultan İbrahim'den sonra Osmanoğulları'nın üçüncü ve son atası sayılır.

Kabakçı Mustafa isyanı sonunda tahttan indirilen III.

Selim'i tekrar padişah yapmak için gelen, Rusçuk Ayanı

Alemdar Mustafa Paşa, asilerle hareket eden Sultan IV.

Mustafa'yı tahttan indirdi. Saraya girdiğinde III. Selim'in

öldürüldüğünü öğrenen Alemdar Mustafa Paşa, katillerin elinden canını zor kurtaran II. Mahmut'u tahta çıkardı.

Senet-i İttifak

II. Mahmut, Alemdar Mustafa Paşa'ya geniş yetkiler

tanıdı. Sadrazam, ilk iş olarak da Kabakçı ayaklanmasıyla

ilgili görülenleri cezalandırdı. Rusçuk ileri gelenlerine

önemli görevler verdi.

Rumeli ve Anadolu'daki ayanı İstanbul'da toplayarak

onlarla Senet-i İttifak'ı yaptı (29 Eylül 1808). Bu belge ile

ayanlar, hükümet emirlerini dinleyeceklerine söz veriyor-

lar; böylece padişahın mutlak otoritesine karşı siyasi bir

meşruiyet kazanmış oluyorlardı.

Padişah otoritesinin başka herhangi bir güçle ortaklık

kabul etmesi mümkün değildi ve Osmanlı idari yapısının

hem ruhuna hem de tabiatına aykırıydı. Bu sebeple zaten

ölü doğan Senet-i İttifak çok uzun ömürlü olmadı. Kısa

bir süre sonra Sultan II. Mahmut, idareyi tamamen eline

alamış; ayanları bir bir ortadan kaldırarak merkezi otorit-

eyi güçlendirmeye çalışmıştır.

Sekban-ı Cedit (14 Ekim 1808)

Alemdar Mustafa Paşa, II. Mahmut'un talimatıyla Nizam-ı Cedit ordusunu Sekban-ı Cedit adıyla yeniden kurdu. Konya'dan çağrılan vezir Kadı Abdurrahman Paşa'yı yeni ordunun başına getirdi. "Esame" adı verilen yeniçeri ulufe cüzdanlarını, bedellerini ödeyerek satın alıp, imha ettirdi. Alınıp satılabilen bu cüzdanlar sayesinde, askerlikle münasebeti olmayanlar bile asker maaşı alabiliyorlardı. Binlerce esame imha ettirdiyse de bu konuda tam bir başarı gösteremedi.

Gelişmeleri öfkeyle izleyen IV. Mustafa ve Kapıkulu ocakları mensubu ağalar 14 Kasım 1808 gecesi, Alemdar'ın konağını bastılar. Gelecek yardımı bekleyerek yeniçerilerle kıyasıya çarpışan sadrazam, damı delmekte olan yeniçerileri görünce patlattığı barut fıçısıyla intihar etti. Ayaklananlar II. Mahmut'u tahttan indirmek için saraya saldırdılar. Kadı Abdurrahman Paşa Sekban-ı Cedit askerleriyle Topkapı Sarayı'nı savundu. Bozguna uğrayan ayaklananların üzerine giden Abdurrahman Paşa, 3.000'den fazla yeniçeri ve diğer ayaklananları kılıçtan geçirtti. Bu sırada donanma toplarıyla İstanbul'u ateşe tuttu. Sonuçta Sultan II. Mahmut, 18 Kasım 1808 tarihinde Sekban-ı Cedit'i dağıtmak zorunda kaldı.

Tepedelenli Ali Paşa

Arnavutluk ile Yunanistan arasındaki Epir bölgesinde nüfuz kazanan Tepedelenli Ali Paşa, oğullarıyla bağımsız bir devlet kurmak istiyordu. Sultan II. Mahmut, sadrazam Hurşit Ahmet Paşa'yı Tepedelenli'nin üzerine gönderdi. Hurşit Ahmet Paşa, Tepedelenli'nin elinden işgal ettiği yerleri geri aldı; Tepedelenli öldürüldü.

Vaka-i Hayriye ve Asakiri Mansure-i Muhammediye

Seyyit Ali Paşa'nın sadareti zamanında başlayan Yunan ayaklanması (12 Şubat 1821) Kaptan-ı Derya Nasuhzade Ali Paşa'nın, Sakız limanına girmesiyle bastırıldı (11 Nisan 1822). Ayaklanmanın bastırılması Avrupa devletleri arasında geniş yankı uyandırdı.

Öte yandan, Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılması Sadrazam Benderli Mehmet Selim Sırrı Paşa zamanında gerçekleştirildi.

15 Haziran 1826'da, "kul kıyımı" denilen ayaklanmaların ve kazan kaldırmaların sonuncusu patlak verdi. Padişah Sancak-ı Şerif'i çıkartarak halkı yeniçerilere karşı savaşa çağırdı.

Tarihte Vaka-i Hayriye adıyla anılan ve 17 Haziran 1826'da Yeniçeri kışlalarının topa tutulmasıyla gerçekleştirilen bu olaydan sonra Asakir-i Mansure-i Muhammediye adlı yeni bir ocak kuruldu.

Osmanlı-Rus ilişkileri

Sultan II. Mahmut tahta geçtiği zaman Osmanlılar Ruslar ile savaş halindeydi. İngiltere ile 1809'da yapılan antlaşma sonucu savaşa devam kararı alındı. Ruslar'ın Fransa ile olan sorunları, Osmanlı Devleti ordularının yıllarca süren savaştan yorgun düşmesi yüzünden iki devlet de barış imzalamaya mecbur kaldılar.

28 Eylül 1812 tarihinde imzalanan Bükreş Antlaşması ile Rusya, Eflak ve Boğdan'dan çekilecek, Besarabya bölgesi ise Ruslar'a bırakılacaktı. Osmanlılar Bosna ve Eflak'tan 2 yıl vergi almayacak; Sırp'lar kendi içlerinde serbest kalacaktı. Tuna nehrinde hem Osmanlı hem de Rus gemileri serbestçe dolaşabilecekti. Prut ve Tuna nehirlerinin sol sahilleri iki ülke arasında sınır kabul edilecekti.

Philike Hetairia

Çok uluslu bir devlet olan Osmanlı İmparatorluğu'ndaki,

uluslar da Fransız ihtilalinin etkisi altında kalmışlardı. Yunanlılar, Rusya ve Avrupa devletlerinin kışkırtmaları ve Philike Hetairia Cemiyeti'nin çalışmaları sonucu Osmanlı Devleti'ne karşı harekete geçtiler. Philike Hetairia Cemiyeti'nin amacı Bizans İmparatorluğu'nu yeniden kurmaktı.

Rus Çarı'nın yaveri Alexander Ypsilantis'in 1814 yılında Odessa'da kurduğu bu cemiyet, Yanya Valisi Tepedelenli Ali Paşa'nın varlığından dolayı rahat hareket edemiyorlardı. Tepedelenli Ali Paşa'nın Osmanlı yönetimine karşı isyan etmesini fırsat bilen Yunanlılar ayaklandılar.

Ayaklanma ile ilgisi olduğu düşünülen Fener Patriği V. Grigorios, 22 Nisan 1821'de sadrazam Benderli Ali Paşa tarafından idam ettirildi. Bu olay Avrupa kamuoyunun Türkler aleyhine dönmesine neden olmuştur. Eflak'ta başlayan bu ayaklanma kısa bir sürede bastırıldı.

Navarin Deniz Savaşı

İkinci isyan Mora'da çıktı. Kısa sürede genişleyen bu isyanı bastırması için, başarılı olduğu takdirde Mora ve Girit valilikleri vaat edilen Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa görevlendirildi. Kavalalı Mehmet Ali Paşa, oğlu İbrahim Paşa komutasındaki kuvvetli bir ordu ve donanmayı Mora'ya gönderdi ve isyanın bastırılmasını sağladı.

Yunan İsyanı'nın bastırılması Avrupa'da büyük üzüntü yarattı. Ayrıca Mora ve Girit'in Kavalalı Mehmet Ali Paşa'nın eline geçmesi İngiltere'nin işine gelmemiştir. Zayıf bir Yunan Devleti'nin kurulması İngiltere ve Rusya'nın çıkarlarına daha uygundu. İngiltere, Rusya ve Fransa aralarında bir antlaşma yaparak Yunanistan'a bağımsızlık verilmesini istediler. Sultan II. Mahmut'un bu isteği

reddetmesi üzerine bu devletler donanmalarını Yunan kıyılarına gönderdiler. Mora'nın Navarin Limanı'na giren birleşik donanma, burada demirlemiş bulunan Osmanlı Donanması'nı, top ateşine tutarak yok etti (20 Ekim 1827).

Edirne Antlaşması

Sultan II. Mahmut'un Navarin'de Osmanlı Donanması'nın yakılmasıyla sonuçlanan olaylardan dolayı savaş tazminatı istemesi üzerine, Rusya ile Osmanlı Devleti arasında yeni bir savaş çıktı (1828). Eflak ve Boğdan'ı işgal eden Ruslar, Tuna'ya kadar indiler. Balkanlar'ı aşan Rusya, batıda Kırklareli'yi alarak, Edirne'ye kadar, doğuda ise Kars, Aşkale'yi alarak Erzurum'a kadar ilerledi.

Bu gelişmeler üzerine Osmanlı Devleti barış istedi. Ruslar ile yapılan Edirne Antlaşması sonunda, Yunanistan'a bağımsızlık verildi. Eflak, Boğdan ve Sırbistan'a imtiyazlar tanındı. Ruslar işgal ettikleri yerleri geri verdiler. Rus ticaret gemilerine Boğazlar'da geçiş hakkı tanındı. Osmanlı Devleti, Rusya'ya savaş tazminatı ödemeyi kabul etti.

Kavalalı Mehmet Ali Paşa

Mısır'a 1804 yılında vali olan Kavalalı Mehmet Ali Paşa, Mora isyanı sırasında Mora ve Girit valiliklerinin kendisine verilmesi şartıyla Sultan II. Mahmut'a yardım etti. Mora İsyanı'nı bastıran Kavalalı Mehmet Ali Paşa, Osmanlı-Rus Savaşları'nda Osmanlı Devleti'nin yardım istemesine rağmen kuvvet göndermedi.

Mora Valiliği yerine Suriye Valiliği'ni isteyen Kavalalı Mehmet Ali Paşa, bu isteğinin reddedilmesi üzerine önce oğlu İbrahim Paşa'yı, borçlarını ödemeyen Akka Valisi Abdullah Paşa'nın üzerine gönderdi. İbrahim Paşa, isyan sırasında Akka, Şam, Hama, Humus'u (Suriye) alarak Toroslar'ı aştı. İbrahim Paşa'nın kuvvetleri Adana ve

Konya'da Osmanlı kuvvetlerini yenilgiye uğrattı.

Hünkar İskelesi Antlaşması

Bu başarılarından sonra Mehmet Ali Paşa kuvvetlerini İstanbul'a kadar durdurabilecek herhangi bir güç kalmamıştı. Sultan II. Mahmut Ruslar'dan yardım istedi. Sultan II. Mahmut, Mehmet Ali Paşa isyanı sırasında Boğazlar'a gelen Ruslar ile Hünkar İskelesi Antlaşması'nı imzaladı (1833).

İmzalanan bu antlaşma ile aşağıdaki maddeler kabul edildi;

- Hem Osmanlı Devleti hem de Rusya, herhangi bir savaşa girdiğinde birbirlerine yardım edeceklerdi.
- Osmanlı Devleti, savaş tehlikesi ile karşı karşıya kaldığı zaman Rusya, Osmanlı Devleti'ne kuvvet gönderecekti.
- Rusya'ya karşı bir saldırı olduğu zaman, Osmanlı Devleti Çanakkale ve İstanbul Boğazları'nı kapatarak diğer ülke donanmalarının Karadeniz'e açılmalarına engel olacak ve Rusya bu sayede güneyden deniz yoluyla gelecek saldırılarla uğraşmak zorunda kalmayacaktı.

8 yıl boyunca yürürlükte kalacak bu antlaşma, Osmanlı Devleti'nin Boğazlar üzerindeki egemenlik haklarını kullanarak imzaladığı son antlaşmadır. Ayrıca Ruslar bu antlaşma sayesinde Karadeniz'de güvenliklerini sağlamış oluyordular.

Kütahya Anlaşması (1833)

Rus Donanması'nın İstanbul'a gelmesinden tedirgin olan İngilizler ve Fransızlar, Mısır ile Osmanlı Devleti arasında bir barış antlaşması imzalanmasını sağladılar. Böylece batılı devletler Mehmet Ali Paşa ve Osmanlılar'ı Kütahya Antlaşması ile barıştırdılar.

Osmanlı Devleti ile Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa

arasında imzalanan Kütahya Antlaşması'na göre, Kavalalı Mehmet Ali Paşa'ya Mora ve Girit Valilikleri'nin yanı sıra Suriye Valiliği, Oğlu İbrahim Paşa'ya da Cidde Valiliği'ne ek olarak Adana Valiliği de verildi.

Osmanlı İngiliz Ticaret Antlaşması

II. Mahmut'un Islahat Hareketleri'nin desteklenmesi amacıyla İngiltere'nin yardımını kesinleştirmek için 1838 Osmanlı-İngiliz Ticaret (Balta Limanı) Antlaşması yapıldı. Bununla İngiltere, kapitülasyon düzeninde sahip olmadığı ayrıcalıklar elde ediyordu:

1) İngilizler'in getirdiği ya da götürdüğü mallar bir kez belirlenen gümrük vergisi (ithalatta %5, ihracatta % 12) ödendikten sonra, artık iç gümrüklerde vergilendirilmeyecekti. Oysa iç gümrükler yerli tüccar için devam edeceğinden bunlar aleyhine haksız bir rekabet durumu söz konusuydu.

2) Bazı ürünler için Osmanlılar'ın uyguladığı yed-i vahit (tekel) usulü kaldırılacaktı. Böylece tek fiyat koyabilen yed-i vahitçi yerine İngiliz tüccarları ve adamları tek tek üreticilerden alım yapabilecekleri için fiyatları artık daha çok onlar belirleyeceklerdi.

3) İngilizler Osmanlı ülkesinde iç ticaret de yapabileceklerdi.

Nizip Yenilgisi

Süreç içinde yeteri kadar güçlendiğine inanan II.Mahmut, Mısır meselesini halletmeye karar verdi. Bunun için Hafız Mehmet Paşa komutasındaki kuvvetleri Mısır üzerine gönderdi. Nizip'te yapılan savaşta Osmanlı Ordusu bir kez daha yenildi (24 Haziran 1839).

Kaptan-ı Derya Ahmet Paşa Osmanlı Donanması'nı Kavalalı Mehmet Ali Paşa'ya teslim etti (1839). Artık

Osmanlı Devleti'nin, kendi valisine karşı yaptığı savaşlar sonunda ne ordusu, ne donanması kalmıştı. Bu gelişmelerin yaşandığı günlerde Sultan II. Mahmut öldü (1 Temmuz 1839); yerine oğlu Abdülmecit (1839-1861) Osmanlı Padişahı oldu.

Reformlar

“Sultan Mahmut-ı Adli”, 28 Temmuz 1808'de tahta çıktığında 23 yaşındaydı. Şiiri, edebiyatı ve bilimi seven, halk arasında dolaşmayı ve onların dertlerini dinlemeyi gerekli gören Sultan II. Mahmut, Osmanlı İmparatorluğu'nu gerek sosyal bakımdan, gerekse uygarlık açısından ileri bir ülke yapmaya çalıştı.

Osmanlı Devleti'ndeki çöküşü fark eden II. Mahmut, hayatı boyunca imparatorluğu batı düzenine uydurmaya çalıştı. Böylece, olumsuz gidişi durduracağını düşünüyordu. Bunun için çıkarttığı kıyafet kanunuyla (3 Mart 1829) devlet memurlarının kavuk, sarık, şalvar ve çarık giymelerini yasakladı. Bunların yerine fes, pantolon, ceket giyilecekti. Buna karşı çıkanları şiddetle cezalandırdı.

Saray yaşayışını değiştirerek Avrupalı hükümdarlar gibi davrandı; setre pantolon giydi; sakalını kısa kestirdi; resmini devlet kurumlarına astırdı. Bu değişikliklerin lüzumunu anlayamayan halk, II. Mahmut'u “gavur padişah” diyerek andı. Batılı kurumların çalışmalarından esinlenerek yalnız erkekleri belirten nüfus sayımı yaptırttı (1831).

Böylece yeni kurduğu ordunun devamını sağlayacak insan ve servet durumunu öğrendi. Bu sayım sonucunda 4 milyon Hıristiyan ve 8 milyon Müslüman belirlendi. Ayrıca Anadolu'da 2.5 milyondan fazla, Rumeli'de de 1.5 milyon erkek vatandaşın yaşadığı ortaya çıktı.

Avrupa'nın önemli şehirlerinde daimi elçilikler kurd-

urttu. İlk resmi gazete olan Takvim-i Vakayi'nin çıkmasını sağladı (1 Kasım 1831).

Medreselerin yanında Avrupalı tarz eğitim veren yeni okullar açıldı ve Avrupa'ya öğrenciler gönderildi. Divan Teşkilatı'nı kaldırdı; onun yerine bakanlıklar (nazırlık) kuruldu. 30 Mart 1838'de Sadrazamlık makamına "Başvekalet", Sadrazama "Başvekil" denilmesi kararlaştırıldı. Ölen ya da azledilen devlet memurlarının mallarına el konulması anlamına gelen "Müsadere" usulünü kaldırdı. Ayrıca Devlete ıslahat hareketlerinde yardımcı olmak, yeni teklifler getirmek, memurların terfi ve yargılanmasıyla uğraşmak üzere Dar-ü Şura-yı Bab-ı Ali kuruldu.

Başvekalet, Maliye, Dahiliye, Hariciye, Evkaf nezaretleri 1838-39 yıllarında kuruldu. Askeri konuları görüşmekle görevli Dar-ı Şura-yı Askeri, sivil görevlilerin yargılanması ve hükümetle halk arasında davaların görüşülmesi için Meclis-i Vala-yı Ahkam-ı Adliye kuruldu.

Bir fermanla ilköğrenimin zorunlu ve parasız olduğunu ilan etti. Rüştiyeler (orta okul) ve devlet memurlarının yetişmesi için Mekteb-i Maarif-i Adliye kuruldu. Tıbbiye (1827) ve Harbiye (1834) okulları açıldı. Bu okullar için yabancı kaynaklı eserler Osmanlıca'ya çevrildi.

Posta teşkilatının kurulması ve karantina uygulaması da yine Sultan II. Mahmut döneminde gerçekleştirildi. Avrupalı tüccarlarla rekabet edebilmeleri için Türk tüccarlara gümrük kolaylıkları getirildi.

Ülke içinde ve dışında yapılacak geziler için, bazı ilkeler kabul edildi. Buna göre ülke içinde gezecek yurttaşlar mürur teskeresi (geçiş belgesi) taşıyacaklar, ülke dışına çıkacak yurttaşlar da Hariciye Nezareti'nden (Dışişleri Bakanlığı) pasaport alacaklardı.

8. BASIN VE GÖREVLERİ

Basının, çevreyi temizlemek, nükleer silahlanmayı önlemek, sahtekar politikacıları yerlerinden etmek, fakirliği azaltmak, tüm insanlar için kaliteli sağlık hizmeti sağlamak ve hatta 1984'te Etiyopya'da yaptığı gibi milyonlarca insanın hayatını kurtarmak için insanları harekete geçirme gücü vardır.

Fakat basını, bunları yapmak yerine, seksi, şiddeti ve sansasyonelliği artırmak ve halihazırda zengin olan medya patronlarının cüzdanlarını daha da şişirmek için kullanıyo-ruz.

Dr. Carl Jensen

Basın özgürlüğü açısından belirlenen: a) Otoriter görüş, b) Liberal görüş, c) Marksist-Leninist görüş, d) Toplumsal sorumluluk görüşü, aynı zamanda, mevcut siyasal rejimi ve iktidarın temel felsefesini de yansıtmak-tadır.

Basının görevleri ise genelde şöyle sıralanmaktadır:

“1) Anlamli bir çerçeve içinde, günün olaylarını doğ-ru, tam ve mantıklı bir biçimde sunma,

2) Kanaat ve eleştirilerin değiş tokuş edildiği bir fo-rum olma,

3) Toplum içindeki grupların kanaatlerini ve tavırla-rını birbirlerine duyurabilecekleri bir araç olma,

4) Toplumun amaçlarını ve değerlerini sunma ve açıklama yöntemi olma,

5) Yansıttığı bilgi, düşünce ve duygu akımlarıyla top-lumun bütün üyelerine erişebilme.”

17. Yüzyıl'dan bu yana basının görevi (amacı) nedir? Basın nasıl denetlenmelidir? Gazetecinin sorumluluğu kime karşıdır? Tartışmaları sürmektedir.

17. Yüzyıl'da basının görevi ve sorumluluğu (amacı), iktidarın tüm politikalarını desteklemek ve devletin

hizmetinde olmalı. Çünkü devlet her şeydi; birey ise hiçbir şey. Siyasal sistem ve yetkililerin eleştirilmesi yasak olduğundan, gazetecinin görevi devletin istediğini, “kullar” a duyurmaktır.

18. Yüzyıl başlarına gelindiğinde, güçlenen burjuvazi sayesinde John Milton, John Locke ve John Stuart Mill gibi düşünürlerin yazılarından güç alan kimi gazeteciler, görev alanlarını ve meslek amaçlarını değiştirmeye başladılar. “Rasyonalizm” (akılcılık) ve “insan hakları” kavramlarıyla donanmış bu gazeteciler, amaçlarının ve görevlerinin, artık devlet hizmetinde bulunmak değil; kamuyu bilgilendirmek olduğu görüşüne vardılar. Böylece okullar, çevrelerinde olan bitenleri kavrayarak, hükümet politikalarını denetleyebileceklerdi.

Özetle, kulluktan yurttaşlığa yükselmiş olacaktı. Bu kolay bir süreç olmadı; ancak yine de otoriter kuram, yerini liberal (özgürlükçü) kurama bırakmak zorunda kaldı.

8.1. Toplumsal Sorumluluk ve İfade Özgürlüğü

20. Yüzyıl’ın ilk yarısında ise “liberter teori”, soldan aldığı ağır eleştiriler sonucu, yepyeni bir kurama (Aslında bu, “liberter teori”nin, modern marksist düşüncenin de etkisiyle değişmesidir.) yol açmıştır: Toplumsal Sorumluluk Kuramı.

Çünkü liberal kuramda etkili olan “serbest piyasa”, fikir düzeyinde gerçekleşemedi. Basın sermayesi, çok az kişinin elinde toplanmaya ve bu az sayıdaki medya sahibi, bu gücü kendi ekonomik ve siyasal çıkarları için kullanmaya başladı.

Güçsüzlerin sesi, “fikirlerin serbest pazarı” gerçekleşmediğinden hiç duyulmaz oldu. Biraz farklı olan, bu az farkını bile söyleyemedi. Özetle basın, tamamen denetimden çıktı. İşte meslek “etik”inden ilk kez, toplumsal

sorumluluk kavramına geçiş aşamasında ağırlıklı olarak söz edilmeye başlandı. Bu kurama göre medyayı, yasaların yanı sıra kamuoyu ve meslek “etik”i denetleyecekti.

Çağdaş ve demokratik toplumlarda yasama, yürütme ve yargı güçleri ile toplumun sac ayaklarından bir diğeri olarak basın gösterilir. Bu nedenle basının sorumluluklarının en güçlü ifadesi, toplumsal dengelerde dördüncü g olmasıdır.

Basının sorumluluklarından ilki toplumun resmi organları tarafından belirlenmiş ve kanunlarla çizilmiş sorumluluklarına dayanır.

Devlete karşı bu sorumluluğunun yanında, basın işletmelerini diğer işletmelerden farklı kılan toplumsal ya da kamusal sorumlulukları ikinci sıradadır. nc sırada ise kendi kendine kabullendirilmiş sorumluluk, özdenetim ve bireysel sorumluluklardan söz edilebilir. Gazeteci asıl ya da gerçek sorumluluğunu okuyucuya karşı hisseder; hissetmeli-dir...

Özetlemek gerekirse “Sağlıklı bir kamuoyunun oluşabilmesi için düşünce ve kanaatleri ifade edebilme ve yayma özgürlüğünün bulunması n koşuldur.” denilebilir. Ancak uygulamada, bütün önlemlere rağmen bu özgürlük, siyasal tutumlar ve ekonomik koşullar nedeniyle kısıtlanabilmektedir.

İfade zgrlğnn kısıtlanması, başka bir deyişle kanaat sahibi kimselerin ya da grupların, kanaatlerini ifade edememeleri ya da duyuramamaları, yalnızca yasaların gücüne ve siyasal iktidarın uygulamasına bağlı değildir. İfade zgrlğnn gerçekleşmesinde, bu özgürlüğün kullanılması olanaklı kılan kitle iletişim araçlarının yöneticilerinin görev anlayışları ve bu araçların toplumdaki işlevleri de önemli bir rol oynar.

Basının görev anlayışı, bu anlayışın uygulanış bii-

mi, yayın politikası, hedef kitlenin beklentileri, ifade özgürlüğünün gerçekleşmesi dolayısıyla kamuoyunun biçimlenebilmesini doğrudan etkiler.

İfade özgürlüğünün bir başka kısıtlanma biçimi de toplumsal yapıdır. Bir toplumun yapısal özellikleri, bireylerin iletişim biçim ve yöntemlerini de belirler. Toplumdaki bireylerin ifade özgürlüğünü kullanabilmeleri için görme, dinleme ve konuşma özgürlüklerinin yanı sıra “görölmüş olma” ve “duyulmuş olma” gibi özgürlüklere de sahip bulunmaları gerekir. Bu tür özgürlüklerin savunucuları da ülkenin kitle iletişim araçları olmalıdır.

8.2. ABD Basın Özgürlüğü Raporu

Çağdaş basın gibi bir kitle iletişim aracının görevi, doğru ve tam haber verme yanında “kamu tartışmalarının ortak taşıyıcısı” olmaktır. Bu konuda, Amerikan Basın Özgürlüğü Komisyonu Raporu’nda şöyle denilmektedir: “Özgür bir toplumun gereği doğuş koşullarından dolayı bir fikrin kösteklenmemesidir. Basın, herkesin fikirlerini yayımlayamaz ve bu beklenmez. Fakat dev basın birimleri, objektif haber vermenin bir gereği ve taraf tutma işlevlerinden ayrı olarak, kendi kanaatlerine aykırı fikirlerin yayımlanması görevini yüklenebilirler ve yüklenmelidirler.

Bir toplumdaki bütün önemli görüşler ve çıkarlar, kitle iletişim araçları tarafından temsil edilmelidir. Bu görüşlere ve çıkarlara sahip olanların, kendi gazeteleri ve radyo istasyonları aracılığıyla vatandaşlara, bunları duyurma gücü bulunmayabilir. Gerekli yatırım yapabilseler bile bu kimselerin yayınlarının, taraftarları dışındaki gruplar tarafından okunacağına ya da programlarının duyurulacağına dair güvenceleri olamaz.

İdeal düzen, kendi görüşlerini sunan genel araçların,

aynı zamanda diğerk görüşlere de yer vermesidir. Onların adilliğini denetlemek ve önemli olayların saf dışı bırakılmasını kısmen engelleyebilmek için, taraf tutan özel araçların hayati önemi vardır. Böyle bir tertibin yokluğunda, toplumda kısmen dışlanmış gruplar dışlanmaya devam edeceklerdir.

Görüşleri karşılıksız kalan grupların bu görüşleri, önyargılara dönüşecektir. Kitle iletişim araçları bütün gruplara eriştiğinden, bunların aracılığıyla gruplar birbirlerini anlamaya başlayacaklardır.”

Raporda, “Basının, toplumu oluşturan grupları temsil edebilecek nitelikte bir görünüm çizmesi sorumluluğu” konusunda ise şu görüşlere yer verilmiştir:

“İnsanlar çoklukla, elverişli ya da elverişsiz görünümlere göre karar verirler. Gerçekleri ve kanaatleri kalıplara bağlarlar. Araçların çizdiği görünümler, toplumsal grupları gerçekçi biçimde yansıtamazlarsa yanlış yargılara yol açarlar.

Herhangi bir sosyal grup hakkındaki gerçekler, o grubun zayıf ve kötü taraflarını dışarıda bırakmayacağı gibi değerlerini, amaçlarını ve insanlık yönünü de içermelidir. Komisyon, belli bir grubun yaşantısıyla ilgili gerçekler ortaya konulduğunda, o gruba karşı, zamanla saygı ve anlayışın gelişeceği inancındadır.”

8.3. Basının Rolü

(Kamuoyu Oluşmasına Katkı)

Her şeye rağmen günümüzde basın, kamuoyunun oluşumunda en ciddi etkisi, gücü ve belirleyiciliği olan bir kurumdur. Ancak basın, kamuoyunu yansıttığı kadar, onu biçimlendirme eğilimi de taşımaktadır.

Basının kamu görevi, “haber vermek, bilgilendirmek, eğitmek, denetlemek, eleştirmek, eğlendirmek, böylece

kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmak ve oluşan bu kamuoyunu açıklamak” biçiminde tanımlanmaktadır. Bu çerçevede basın, bir yandan yazarların ve yazarların bağlı buldukları resmi ya da resmi olmayan grupların ve örgütlerin kanaatlerini yönetime duyuran, bir yandan da hedef kitesinde, kanaatlerin oluşturulması sürecinde görev alan bir araç olarak görülmektedir.

Kitle iletişim araçlarını izleme, bireye mevcut siyasal düzen ve olaylar hakkında bilgi verirken, siyasal düzene yönelik talepleri ve siyasal yaşama katılmayı da uyarır. Bu araçlar aynı zamanda, toplumdaki öteki etki merkezlerinden kanaat için ipuçları iletirler ve sahiplerinin görüşlerini yayarlar. Kısaca kitle iletişim araçlarının yayınları, kamuoyu oluşumuna geniş ölçüde imkan sağlarlar. Basın, toplumun genel düzeni, genel kuralları içinde yaşayabilen ve işleyebilen bir kurumdur. Toplumun öteki kurumları gibi basın da içinde yaşadığı ortam, siyasal, huku-ki, sosyo-ekonomik düzen ve koşulların yanı sıra kültürel geleneklerle etki-tepki ilişkisi içindedir. Bu ilişki süreci, basını, toplumdaki bağımsız bir kurum olarak ele almayı olanaksızlaştırır. Basını, genellikle kamu görevi yapan bir “özel girişim kuruluşu” biçiminde değerlendiren toplumlarda basının işleyişi:

a) Sermaye,

b) İfade ve basın özgürlükleri gibi iki temel ögeye bağlıdır.

Toplumda sermayenin yeri ile ifade ve basın özgürlüklerinin anlaşılma ve uygulama biçimleri, basının kamuoyu olayındaki rolünü yakından etkilemektedir.

Basın, tek başına ve tek yönlü bir kamuoyu oluşturma aracı değildir; kamuoyunu da tek başına oluşturamaz. Kamuoyunun oluşumunda, daha başka önemli etkenler ve süreçler vardır. Belirli bir konuda görüş sahibi olmak

isteyen bireyin, başvuracağı kaynaklar, yalnızca yazılı, görüntülü ya da sözlü medya organları olamaz. Bunların yanı sıra bireyin, basın dışı kaynaklardan da bilgiler alması gerekir. (Kitaplar, ansiklopediler, tiyatro, sinema, konser, açık hava toplantıları, mitingler, dernek faaliyetleri, vb.) Basın tüm bunlar içinde, en etkili araçlardan biri olarak bilinmekte, dahası böyle kabul edilmektedir.

8.4. Propaganda

Bilindiği gibi propaganda, kişileri, belirli bir görüşü ve davranışı benimsemelerini sağlayacak biçimde etkileme girişimidir. Propaganda, kitleye yönelik bir dildir. Bu dilde radyo, basın, sinema yoluyla kitleye ulaştırılan sözler ya da daha başka simgeler kullanılır. Propagandacının amacı, birer propaganda konusu olan noktalarda kitlelerin tutumunu etkilemektir.

Ayrıca, tek yapılı bir toplum yaratma çabasında olan totaliter sistemler, resmi bir ideolojiye, bütüncü bir dünya görüşüne sahiptirler. Bu tür toplumlarda, tek mutlak gerçek kabul edilen bir ideolojinin tartışılması ya da eleştirilmesi söz konusu olamaz.

Dolayısıyla rejimin temel felsefesine ters düşen görüşlerin, değişik ve farklı fikirlerin yayılması da düşünülemez.

Yayılmasına ve kitlelere benimsetilmesine çalışılan, yalnızca resmi ideolojinin ilkeleridir.

Bu ülkelerde kitle iletişim araçları, tamamen siyasal iktidarın tekeli ve denetimi altında bulunur. Yönetici kadro bu güçlü ve etkili silah sayesinde, sistemli, tek yönlü ve yoğun propaganda yoluyla kamuoyunu istediği gibi oluş-turma olanaklarına sahiptir.

Bir yandan da düşünce ve kanaatlerin kalıplaştırılması işi, daha önce eğitim yoluyla okullarda ve işyerlerinde

başlatılmıştır. Böylece totaliter sistemlerde, değişik fikirlerin ve karşıt görüşlerin serbestçe açıklanması ve tartışılması sonucu oluşan bir kamuoyu yerine, tek sesli propaganda araçlarıyla yaratılan “güdümlü” bir kamuoyu görülmektedir.

Öte yandan, propagandalar nedeniyle toplumlarda zaman zaman, açık kamuoyunun yanı sıra gizli ve derin kanaatler de oluşmaktadır. Bunlar çoğu kez bireyin davranışında, ruhsal durumunda, hatta din ya da politikayla ilgili kanılarında değişikliklere yol açan tepkilere neden olur. Bu tür propaganda ve söylentilerden oldukça etkilenen “bazı düşünceler” de belirli çevreler tarafından değişik varsayımlar, özel çıkarlar ya da yasal olmayan davranışlara yönlendirme amaçlarıyla kullanılmaktadır.

8.5. Türkiye’de Basınının Tutumu

Türkiye’de basın mesleğinde bulunanların, çoğu zaman var olan öteki işlevlerini bir kenara bırakarak tamamen yönetme ve yönlendirme içgüdüleriyle hareket ettikleri ve yalnızca tek işlev ve amaçlarının, hem de son derece yanlış anlaşılmış biçimiyle “kamuoyunu yönlendirmek ve kamuoyu yaratmak” olduğunu düşündükleri görülmektedir.

Tüm medya kuruluşlarını ve çalışanlarını aynı kategori içinde değerlendirmek, elbette mümkün değildir. Günümüzde ilkeli, mesleğin saygınlığını ve işlevlerini son derece başarıyla koruyan ve sürdüren, toplumun aydınlanması yönünde, elindeki tüm olanakları kullanan medya kuruluşları ve mensupları da bulunmaktadır. Ancak, mesleğin bütününe hakim olma eğilimine girmiş bazı yanlış düşünce çerçevesindeki yapılanmalar da göz ardı edilemez boyutlara ulaşmıştır.

Öte yandan, Türkiye’de iletişim özgürlüğünün önünde yasalardan gelen bazı kısıtlamalar ve yasaklar

bulunmaktadır. Bugün 150'yi aşkın yasada basınla ilgili 800 dolayında hüküm yer almaktadır. Bunların bir bölümü düzenleyici-yönetmeliklerle ilgili ise de çoğu sınırlayıcı, iletişim özgürlüğünü kısıtlayıcı hükümlerdir.

Görülmektedir ki, demokrasi ve bunun vazgeçilmez ön koşulu iletişim ve düşünce açıklama özgürlüğü sorunu, yaklaşık 180 yıllık basın tarihi boyunca, gündemden hiç inmemiştir.

Bu zaafın yanı sıra 1960 yılından bu yana, çeşitli biçimlerdeki askeri darbeler ya da müdahalelerle demokrasi dört kez (27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980, 28 Şubat 1998) kesintiye uğramıştır. Bu ara rejim dönemlerinde, iletişim ve ifade özgürlüğü, geçerliliğinden çok şey yitirmiştir.

Ancak medyanın bugün yaşadığı iletişim ve ifade özgürlüğü sorunu, yasalardan gelen yasakların ve kısıtlamaların kalkmasıyla tümüyle çözülmüş olmayacaktır.

Çünkü, özellikle 12 Eylül 1980'den sonra sivilleşme süreci aşamasında, yeni bir evreye giren medya-iktidar ilişkileri sonucu sermaye birikimi yoğunlaşmıştır. Krediler ve teşviklerle büyüyen medya kuruluşları, özellikle ileri teknoloji alanında, büyük yatırımlar gerçekleştirmişler ve tekelleşmeye yönelmişlerdir.

Bu arada söz konusu dönemde hissedilen en önemli değişim, "toplumun depolitizasyonu" çabaları sonucu, basınının magazin ağırlıklı haberlere yönelmesi olmuştur. Böylece basının, halkın sesini duyurmadığı için halk tabanından ve desteğinden uzak bir kurum olma durumu ortaya çıkmıştır.

Kısacası basın, 12 Eylül Askeri Müdahalesi'nden sonra halktan uzak, olaylara apolitik bir yaklaşım modeli ortaya koyarken, bu durum onun okuyucu kitlelerinden kopması

ve desteksiz kalması sorununu da ortaya çı-karmıştır. Bunun yanı sıra 1980’li yılların sonunda, Türk basın dünyasındaki kurallar da büyük sermaye grupları tarafından belirlenmeye başlamış; sonuçta, liberal-kapitalist düzenin koşullarına uygun bir biçimde, çok satanın değerli olduğu piyasa kuralı devreye girmiştir. Bu dönemin ardından, 1990’lı yıllarda medya kuruluşları, piyasa kurallarına göre hareket eden birer ticari firma haline gelmişlerdir. Bu gelişmeler sonucu artık gaze-teler, en çok tiraja sahip olanın başarılı sayıldığı bir dünya-da yaşam mücadelesi vermek zorunda bırakılmışlardır. Bu nedenlerle medya dışından gelen sermayenin, medya dışındaki sektörlerdeki sermaye ile iç içe geçmesi ve siyaset kurumuyla da benzer ilişkiler içinde bulunması, anti-demokratik ve çarpık bir yapılanma oluşturmuştur.

8.6. Devletin İşlevi

Medya ile politik kurumlar arasındaki ilişkilerin temelinde, medya kuruluşlarının ne kadar bağımsız oldukları ve bu bağımsızlığın, ne tür yöntemlerle ve ne ölçüde kısıtlandığı soruları yatmaktadır. Bir görüşe göre, devletin iletişim alanında çok önemli işlevleri bulunmaktadır:

- a) Bunlardan birincisi, devletin yasal düzeni sağlama-sı, sürdürmesi ve mülkiyet haklarını tanımlamasıdır.
- b) İkincisi ise devletin iletişim alanına en azından çok geniş bir yasal düzenleme getirme hakkının olduğunun kabul edilmesidir.
- c) Üçüncüsü de devletin, sistemin içindeki öteki aktörlerin üzerinde müdahale gücüne sahip olmasıdır.

Devletin düzenleyici ya da yönetici gücü, sermayenin büyük ölçüdeki bağımsızlık ve kendi kendini denetim yönündeki talepleri nedeniyle, belirli bir ölçüde sınırlanmaktadır.

Basın özgürlüğü, partilere, politikacılara ya da parlamenterlere ödünç verilmez; daha çok vatandaşa ödünç verilir. Bu da kapsamlı, gerçek bilgilerle, gücü ve vekaleti paylaşmak, onların karar vermelerini sağlamak içindir. Vatandaş gazeteciye, kendisi için bütün bilgileri top-lama gücünü ödünç verir ve bunu, bu bilgiyi hemen kendisi-ne ulaştırması yükümlülüğüyle bağlar.

Politik olarak karar vermesi istenen vatandaşın, diğerlerinin düşüncelerini bilmek ve karşılıklı tartmak için kapsamlı bilgi alması gerekmektedir. Gazeteciler, bu tartışmaları canlı tutarlar; bilgileri bulurlar ve kamuoyuna açıklayarak insanları bilgilendirirler.

Demokrasilerde, gazeteciliğin esası haber görevidir. Frankfurter Rundschau'nun eski yardımcı baş redaktörü Karl-Herrmann Flach, "Gazeteci şüphesidir ve nüfuz sahiplerini yakından izlemek zorundadır. Eğer gazeteler hataları ve hak ihlallerini arayıp bulmak ve gün ışığına çıkartmak için sürekli sondaj yapmazlarsa vatandaş gücünden mahrum edilmiş olur." demiştir.

8.7. Basın - İktidar İlişkileri

Bilindiği gibi siyasetin amacı iktidarı ele geçirmektir.

İktidarın özellikleri ise şöyle özetlenebilir:

"1) Toplumsal iktidar, gruplar, sınıflar ya da öbür toplumsal oluşumlar arasındaki ya da toplumun birer men-subu olarak kişiler arasındaki ilişkinin bir özelliğidir.

2) Toplumsal iktidar ilişkileri, karakteristik olarak etkileşimde belirir. Yani bir birey tarafından gerçekleştirilen iktidar uygulaması, öteki bireyin toplumsal eylem özgürlüğünün sınırlandırılmasıyla sonuçlanır.

3) Toplumsal iktidar, sıklıkla dolaylıdır ve insanların zihinleri yoluyla işler. İktidar, iktidar uygulamasına maruz kalanlara, değişen derecelerde özgürlük ve direniş alanı

bırakır.

4) İktidarın birey tarafından uygulanması, genellikle bireyin çıkarları doğrultusundadır.

5) İktidarın uygulanması ya da korunması bakımından hayati olan bir öge de ikinci bireyin üzerinde birinci bireyinin zihinsel denetim uygulayabilmesi için birincinin arzularını, isteklerini, yönelimlerini ya da niyetlerini bilme olgusudur.

6) Toplumsal iktidarın uygulanması ve korunması, ideolojik bir çerçeveyi gerektirir.”

Türk basını üzerinde, siyasal iktidarlar dönem dönem baskılarını sürdürmektedirler. Bu baskı çok çeşitli biçimlerde kendini göstermektedir. Bazen habere ulaşmada sınırlanma, bazen gazetecinin özgürlüğünü tehdit etme (hapis), bazen gazetenin yayımını güçleştirme (girdi fiyatlarında önemli artışlar, kur politikası ve bazı vergi ve fonlarda düzenlemeler ya da gazeteye kar getirici bazı etkinliklerin kısıtlanması) biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu kısıtlamalar da iletişim özgürlüğüne, ciddi sınırlamalar getirmektedir. Bu sınırlamalar, yasalardan gelen kısıtlamalar ve yasaklarla birleşince, medyanın özgürlük ve bağımsızlık sorununun ağır koşulları ortaya çıkmaktadır.

Türkiye gibi gelişme yolundaki ülkelerde, basın ile hükümet ilişkileri, öteki demokratik toplumlara oranla, daha sıkı ve daha sıcaktır. Gelişmiş toplumlar, bu ilişkilerin belli düzeyde kalmasını ve daha fazla artmamasını isterken, gelişme yolundaki ülke gazetecileri, bu etkinin çok daha yükselmesinden mutlu olmaktadır. Çünkü basının tek ve temel kaynağı siyasi otoritedir. Gündemi genellikle, siyasi otoritenin aldığı kararlar, uygulamalar oluşturur. Basının, katılımcı yaklaşımıyla bu denli politika ve politikacıyla iç içe olması, mesleki bozulmayı

da kimi zaman kaçınılmaz kılmaktadır. Ama Türkiye’de basın mensubu, bunun böyle olmasından yanadır; çünkü toplumdaki rol ve işlevi buna bağlıdır.

Batılı toplumlarda, bu denli iç içelik bulunmadığı gibi karar vericiler üzerindeki ya da kamuoyu üzerindeki tek etkileyici güç de basın değildir. Batılı gazeteci, bunun böyle olmaması gerektiğinin de bilincindedir.

Bu nedenle, gelişmiş ülke yöneticilerinin, basını yönlendirme alanı, Türkiye kadar geniş değildir. Mesleki yaklaşımlar ve etik konusundaki kurumlaşma da zaten buna engeldir.

Medya çoklu ilişkilere girerek tekelleşince, medyadaki bozukluğu ifade etmek ve tartışmak olanağı ortadan kalkmıştır. Çünkü hükümetler, “medya tekelleri”ni sundukları teşviklerle ayakta tutmakta, medya tekelleri de aldıkları teşviklerin karşılığını, yayımladıkları “ılımlı ve olumlu haberler” ile vermektedirler.

8.8. Basın ve Siyaset

Siyasetin, modern zamanlarda kendi kulvarında yürümesini sağlayan en önemli gelişmelerden biri kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışlarıdır. Hiçbir teknoloji, arzı, tesadüfi, iktidar ilişkilerinden, yani politik olandan bağımsız bir biçimde ortaya çıkmaz.

Kitle iletişim araçları da “kitle toplumu”nun koşullarından, yeniden üretilmesi gereken politik ilişkilerin bir teknolojisi olarak gündeme girmiştir. Bu çerçevede kitle iletişim araçları, birçok yönleriyle, modern kamusal yaşamın hem zemini hem de siyasal mücadelede meşruiyetin kotarıldığı alandır.

Ahlakın, herkesi kucaklamayı ve karşılıklı ortak değerler çerçevesinde ilişkiler kurulmasını sağlamaya yönelik önermeleriyle siyaset arasında genetik bir uyumsuzluk söz konusudur. Çünkü siyaset, çeşitli eksenlerde oluşmuş klikle-

rin, maddi ve moral tüm toplumsal değerlerin paylaşımı için yürüttükleri amansız mücadelede seferber ettikleri teknik ve stratejik güçlerle ilgilidir.

Siyasetin zemininde, herkesin üzerinde fikir birliğine varabileceği toplumsal bir adalet kavramı, kaynakların paylaşımında, güç dengelerinin ötesinde moral değerlerden hareket eden bir inisiyatifin getirdiği sınırlar yoktur. Tarih boyunca siyasete, güç ve çıkar egemen olmuştur. Ancak siyasetin kendi başına bir belirleyen olmadığı, toplumsal koşullar ve yürürlükteki değerlerle karşılıklı bir diyalog içinde bulunduğu unutulmamalıdır. Siyasal parti: “Bilinçli ve temel amacı, hükümet mekanizmasını denetlemek üzere, kamu görevine tek başına ya da başkalarıyla ortak kadrolar yerleştirmek ve onları görevde tutmak olan bir örgüt” biçiminde tanımlanmaktadır. Siyasal parti, bir devlet kuruluşu değildir. Ancak sözü edilen, “iktidara gelmek”, yani toplumu bağlayıcı kararlar verebilme yetkisini elde etmek için mücadele eder.

Bu bağlamda, medyaya yöneltilen suçlamalardan biri de medyanın, bazı siyasetçileri, özellikle öne çıkararak toplumu yanlış yönlendirdiğidir. Bu suçlamalara verilecek yanıt, medyanın bugüne kadar kimi yıldız yapmışsa bir nedenini bulduğudur. Çünkü “medya rüzgarı” denilen olgu kendiliğinden oluşmaz; onu yaratan, güçlendiren toplumdur. Medya yoktan var edemez; olanı da yok edemez.

8.9. Basının Dördüncü Güç Olma Özelliği

ABD’de ilk gazete yayımlandığında, “Gazete nedir?” sorusuna cevap verilirken, “Gazete, halkın savunucusu, sivil özgürlüklerin güvenliğini sağlayıcısı ve dördüncü güç”, olarak nitelendirilmiştir

“Öteki üç güç nedir?” Bu soruya da cevap, siyasal gücün nasıl tanımlandığına ve tanımlamayı yapanın ideolojik anlayışına bağlıdır. Örneğin 17. Yüzyıl’da, monarşileri oluşturan öteki üç güç, krallar, lordlar (aristokratlar) ve halk tabakası olarak belirlenmiştir. Gerçekte bu üç güç, dikey bir yapıdaki ilişkiler düzeyini anlatmaktadır. Dünyayı, dinle açıklayan egemenlikte ya da görüşte, birinci güç tanrının temsilcisi kilise, ikinci ve üçüncü kral ya da başkanın başında olduğu siyasal güçtür. Yani güç oluşumuna, örgütlü dini de katınca, halk tabakası denen güçsüzleştirilmiş kitleden başlayıp yukarı doğru, siyasal yapıda lordlardan, krallardan ve kiliseden geçerek tanrıya uzanan bir sınıflaşma görülür.

18. Yüzyıl’da, bir ara ordu dördüncü güç olarak nitelendirilmeye başlanmıştır.

19. Yüzyıl’da ise bazı düşünürler, İngiliz Parlamentosu’nda, ruhani asiller, dünyevi asiller ve halk olarak üç güç bulunduğunu, süreç içinde gazetecilerin oturdukları bölümün “dördüncü güç alanı olduğunu” belirtmişlerdir. Kapitalist siyasal sistemle üç güç, yasama, yürütme ve yargıya dönüşmüştür.

Bu üç güç, kapitalist demokrasinin bir gereğidir. Dördüncü güç olarak basın, bu üç gücün “geliştiricisi ve halk için gözetleyicisi” anlamında kullanılmaktadır.

Bugünün demokratik devlet düzenlerinde, yukarıda anlatılan klasik ayırım, artık yalnızca arzulanan kuvvetler dengesini ifade etmeye yaramaktadır. Günümüzde, iktidarın çeşitli fonksiyonları arasında tam bir ayrılık değil, aksine birbirini tamamlama ve bütünleme dikkati çekmektedir.

Bu durum, çağdaş demokratik düzenlerde, öteki üç güçten tamamen bağımsız dördüncü bir güce gereksinim duyulması sonucunu ortaya çıkarmıştır. “Denetleme gücü”

adı verilen bu gücün görevinin, devlet mekanizmasının işleyişini denetleme ve eleştiri yoluyla sapmaları önleme olduğu kabul edilmektedir.

Muhalefetteki siyasal partiler, sendikalar, öteki mes-lek ve çıkar birlikleri ve dini kurumlar, öngörülen denetleme kurullarındandır. Sahip bulunduğu bağımsızlık ve prestij özellikleri nedeniyle, devlet mekanizmasını en iyi ve etkin biçimde denetleyebilecek güç basındır. Bu nedenle, basının yasama, yürütme ve yargılama güçleri karşısında, tamamen bağımsız bir denetleme gücü olarak “dördüncü gücü” oluş-turduğu genelde kabul edilmektedir.

Basın dördüncü güç olarak tanımlanmaktadır; çünkü halkın, olup bitenler hakkında, tam ve doğru biçimde bilgi-lendirilmesi, hükümetler, kurumlar, örgütler ve her düzeydeki yetkililerin, halka karşı ve halk tarafından denetlenmesini sağlayan bir araçtır. Gazetecinin araştırmacı rolü, tüm yetkililerin eylemlerini soruşturup incelemek ve iktidarın kötüye kullanıldığı, yetersiz kaldığı, yolsuzluk ya da başka sapmaların bulunduğu durumlarda bunları açıklamaktır.

İktidarda olanlar, bu nedenlerle resmi haberin ya da normal yollarla ulaşılabilen haberlerin ötesindeki olguların araştırılmasına sık sık karşı çıkarlar. Üstelik incelemeye yönelen gazetecinin patronu da çoğu zaman, elemanını korumak ya da savunmak konusunda aşırı bir duyarlık göstermez.

Kitle İletişim Araçlarının 21. Yüzyıl'daki Üretimi...

İlk gazetelerin yayımlandıkları 17. Yüzyıl'ın orta-larından bu yana “Kitle iletişim araçlarının, haber ve yorum üretimi, yayımı aşamalarında, ahlaki ilkeleri neler olmalıdır?” sorusu, güncelliğini korumaktadır.

Bunun nedeni, hemen her dönemde basında, “birilerinin

hoşuna gitmeyen” haberlerin yer almasının yanı sıra gazetecilerin de bazı kuralları çiğnemek için gösterdikleri özel çabaların yoğunluğu olmuştur.

Gazeteciler bu yöntemlerini, “Haber için her şey mubahtır.” görüşüyle savunmuşlar; ötekiler ise “Haberdan önce gelen başka değerler de vardır.” görüşünün savunuculuğunu yapmışlardır. Bu ikilemin günümüzde de sürdüğü bir gerçektir.

Özellikle günümüzde, kitle iletişim araçlarının hızlı gelişmeleri, toplumlarda ekonomik, politik, sosyal ve kültürel kargaşalara yol açmakta, bu alanlardaki değer ve ölçütlerin yeniden gözden geçirilmesini zorunlu kılmaktadır.

Başta sözü edilen sorgulamanın tek nedeni, kitle iletişim yöntemi ve tekniklerindeki hızlı değişimin, bir önceki değerleri, ölçütleri ve kuralları geçersiz kılması değildir. Bir yandan da kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışlarından bu yana, onlara yüklenen görevler ile uygulamalar arasındaki çelişki, karşıtlık ya da uyumsuzluk, ahlaki değer ve ilkelerin sürekli gündemde tutulmasına yol açmıştır.

Söz konusu çelişki, karşıtlık ya da uyumsuzluk, kitle iletişim araçlarının, bir yandan dördüncü güç olarak kamu görevi yaptıkları ya da yapmak zorunda oldukları iddiasından, bir yandan da uygulamada, siyasal ya da tecimsel egemen güçlerin mülkiyetinde, denetiminde ve hizmetinde bulunmaları gerçeğinden kaynaklanmaktadır. Bu arada birçok ülkede, kitle iletişimi ile ilgili “etik” kurumlar oluşturulmuş ve kurallar belirlenmiş olsa bile, zaman zaman kamu görevi görüntüsü altında, gerçekler saptırılarak, üretimin kasıtlı olarak biçimlendirilmesi önle-nememiştir. Adı geçen etik kurum ve kurallar da egemen güçlerin çıkarları ya da “tecimsel hedefler” söz ko-

nusu edildiğinde, “rahatlıkla aşılabilen engeller” olmanın dışına çıkamamışlardır.

Bu belirleme, uzun süre göz ardı edilen bir gerçeğin altını çizmektedir. Artık, kitle iletişim araçlarını, bir aracı, bir aktarıcı, bir yansıtıcı, bir ayna olarak görme yanılgısı terk edilerek, onları birer ticari kuruluş gibi değerlendirmek zorunluluğu vardır.

Çünkü, bu kuruluşları oluşturanlar ya da sonradan satın alanlar ve yönetenler kar etmek istemekte, bu nedenle de üretimi, talebe göre düzenleme ve planlama gibi, liberal-kapitalist düzenin en ilkel kuralını uygula-maktadırlar. Sonuç, bazı çevrelerin bütün uyarı ve ricalarına rağmen, “mal” ya da “meta” olarak görülen bilgi hammaddesinden, haber, yorum üretmek ve “ürünü, en fazla mübadele değeriyle pazarlamak” olarak özetlenebilir.

Günümüzün sorunu şudur:

“20. Yüzyıl’ın ortalarından itibaren gelişen, büyüyen, tekelleşen ve globalleşen kitle iletişim araçları, 21. Yüzyıl’daki üretimlerini, yine liberal sistemin arz-talep dengelerine ve ilkelerine göre mi sürdürecektir? Yoksa bu üretime, değişik yollardan yeni bazı kurallar, etik ilkeler dayatmak mı gerekecek? O zaman, basındaki ahlak ve sorumluluk kavramları yeniden mi tanımlanacak? Yanıt, “evet” ise bu tanımlamaları kimler yapacak? Hedefleri kimler gösterecek? Bunlar dayatılırsa, bu kez uygulama, uyma ya da uyum sağlama olanağı yaratılabilecek mi? Hangi ölçüde? Hedeflere ulaşıp ulaşılmadığı konusunda son kararı kimler verecek?”

9. AHLAK BİLİMİ (ETİK)

Ahlak konusunda inandığım ilke şudur: Bir şeyi yaptıktan sonra kendini iyi hissediyorsan o ahlakidir; eğer kendini kötü hissediyorsan o gayri ahlakidir.
Ernest Hemingway

Etik, Yunanca “ethike” sözcüğünden o da “ethikos” sıfatından türemiştir. Bu sıfatın kökü ise “ethos” sözcüğüdür. Ethos’un ilk anlamı: Hayvanların ya da insanların yaşayageldiği yer, yurtluk; ikinci anlamı: Gelenek alışkanlık; çoğul kullanıldığında: Görenek, görgü; üçüncü anlamıysa: Bir kişinin yaradılışı; çoğul kullanıldığında: Öz nitelikleri; biraz anlam zorlaması yapılırsa: “Huyu suyu”dur. Felsefi anlamda “ethos” sözcüğü “bir kişinin yaşamında “ağır basan tutum” olarak nitelendirilirken, “iyi bir varoluş tarzı, bilgece bir eylem arayışı”nı da içerir. “Ethikos” sıfatının cinssiz çoğul biçimi olan “ta ethika”, Aristoteles’in dilinde, “ethos ya da ethos ile ilgili konulara ilişkin inceleme” anlamında bir bilgi alanının adına dönüşmüştür. İngilizce “ethics” sözcüğünün çoğul görünümü de bu nedenledir.

Türkçe yazar kimi felsefeciler, etik sözcüğünü özellikle “ahlak” teriminden kaçmak için kullanmaktadırlar; tıpkı başka dillerde yazar felsefecilerin bir bölümünün “moral”, “morale”, “morality”, “sitte”, “sittlichkeit” gibi sözcüklerden kaçınmak için, dahası bu sözcüklere karşı “ithikos” sıfatının türevlerini yeğlemeleri gibi...

Öte yandan, birçok Avrupa dilinde kullanılan ve sık sık etik kavramıyla karıştırılan “moral” sözcüğü, Latince “moralis” sözcüğünün türevidir. Bu sözcük de “mos” kökünden türemiştir. Kökeni kuşkulu olmakla “ölçü” anlamındaki Sanskritçe “ma” köküne bağlanabileceği

düşünülür. Mos sözcüğü de “yol yordam, alışkanlık, yasalarda değil de kişinin gönlüne göre belirlenmiş tutum” gibi anlamlara gelir.

Etik, bir yönüyle ahlak üzerinde düşünebilme etkinliğidir. Moral (ahlak) ve etik sözcükleri arasında günlük dildeki çok anlamlılık, geçişlilik ve kaypaklığa rağmen, her iki sözcüğü birbirinden ayırmak konusunda yine de bir ölçüt bulunmaktadır. Ahlak (moral) olgusal ve tarihsel olarak yaşanan bir şey olmasına karşılık, etik bu olguya yönelen felsefe disiplininin adıdır.

Söz konusu terimler, genel kullanımda “verili” bir değerler, buyruklar bütünü, bir toplumun yerleşik değerlerini, bütün bir “yapılması - yapılmaması gerekenler”, “buyruklar - yasaklar” dizisini belirtmektedir. Kimi felsefecilerin “töre”, “aktöre”, “sağtöre”, “törebilim” türevlerine bir türlü isinamamasının nedeni de budur.

9.1. Etik'in Kapsama Alanı

Felsefi olarak “etik”in kapsama alanı, çok genellemek gerekirse karar vermede iyi ve kötü fikirler arasında seçim yapabilmektir. Ansiklopedik olarak etik, “İnsanlar arasında var olan ahlaki değerlerden, iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olanlarının, niteliklerini ve temellerini araştıran felsefe dalı” olarak tanımlanmaktadır.

Gündelik yaşamda, ahlak anlamında da kullanılan etik değerler, bir otorite tarafından konulmazlar; insan ilişkilerinin ve insan aklının belirli bir süreç içinde deneyimlerinden ortaya çıkarlar. Bu yüzden bir meslek ahlakı ya da bir mesleki kurallar bütünü, ancak o mesleğin icracılarının ortak uygulamasıysa geçerli olabilir; dışarıdan dayatılamaz.

İnsanlar, çok eski zamanlardan bu yana kendilerini bazı görevlere bağlı saymışlar ve bazı davranışların iyi ya da

kötü olduğu konusunda, belirli inanışlar geliştirmişlerdir. Ahlak, kişilerin bu görev duygusundan hareket etmektedir. Bunlar, kişinin kendi nefesine, kendi vicdanına karşı olan görevlerdir. Örneğin yalan söylememek, başkasına iftira etmemek, kötülük düşünmemek ve hırsızlık yapmamak gibi...

Ahlak, kişisel olarak tanımlanan ve belirlenen bir politika ve davranış kuralları değildir. “Etik”in bir hedefi de belli bir mesleğe ilişkin davranış kuralları (kurallar bütünü) oluşturmaktır. Bu yapılırken barışa, özgürlüğe, özel yaşama saygıya, adil davranışa zarar vermekten kaçınmaya ve kamu yararına ilişkin duyarlılıklar geliştirilir. Bazı insan faaliyetlerinin, kendi içsel hedefleri vardır ve bu hedefler o faaliyetin, o mesleğin icrasının, doğrudan varlık nedenleridir.

Ahlak, asıl olarak bireyin kendisine ve başkalarına karşı kişisel görevlerini tanımlar ve kişisel bir sorumluluktur. Bu yüzden de özgürlükle doğrudan ilgilidir. Davranışlarından kendi sorumlu olmayan insanların, etik değerlere uymak ya da uymamak konusunda yargılanmaları olanaksızdır.

Bazı davranışların ve tutumların iyi, bazılarının da kötü oldukları hakkında, binlerce yıl öncesinden gelen birçok inanış vardır. Bunlara ilişkin sorunlar, eski Yunan Çağı'ndan bu yana tartışılmakta ve bu konudaki çeşitli sorulara yanıtlar aranmaktadır.

Kişinin kendisine ve vicdanına karşı görevleri kapsayan ahlak kuralları, aynı zamanda başkalarına ve topluma karşı bir görev gibi de görünürler. Bu nedenle bazı düşünürler, başkalarına karşı olan görevleri de ahlakın kapsamı içine almışlardır.

Özellikle belirtmek gerekir ki ahlak tek yanlıdır; yalnızca kişinin kendi vicdan ve bilincine ilişkindir. Bunun müeyy-

idesi de esas itibariyle vicdanidir. Ahlak kavramı, oldukça soyut ve özgül olmayan bir anlamı hariç tutulduğunda evrensel bir kavram değildir; her toplum kendi ahlak biçimini inşa eder.

Töre, gelenek ve göreneklerin toplum üzerinde etkisi, çok eski zamanlardan beri düşünürlerin önemli ölçüde dikkatini çekmiştir. Bu nedenle her devirde, töreler ve adetler üzerinde duran ve çalışmalar hazırlayan düşünürler görülmüştür.

9.1.1. W. G. Sumner

W. G. Sumner'e göre: Görenekler kişinin alışkanlıklarıdır. Hayatın başlıca amacı, yaşama, varlığını koruma olduğuna göre de kişiler önce hareket eder; düşünce çok daha sonra gelir. Türlü hareket biçimleri denendikten sonra en uygun olanlar kabul edilir.

Onlar sık sık tekrarlanır. Böylece tekrar, kişide alışkanlığı, grup içinde ise adeti doğurur. Bunlar bir kere belirdi mi sonraki nesiller için bir buyruk, bir toplumsal güc niteliğini alır.

Sonraki nesiller bunların nasıl doğduğunu, nereden geldiğini kestiremez. Bazen kişilerin iradeleriyle, düşünceleriyle değişikliğe uğrayabilirler; ama bir dereceye kadar...

Zamanla da güçlerini yitirirler; zayıflarlar; hatta büsbütün yok olurlar; böylece yerlerini başka adetler tutar. Görenek ve adetler güçlerini kaybetmedikçe, kişisel ve toplumsal davranışları büyük ölçüde denetlerler; hatta tutum ve davranışlarımızın dayandığı temel felsefe fikirlerini de bunlar doğurur. Gerçek ve hukuk ilkeleri gelişip de mutluluk öğretimi biçimine büründü mü görenekler başka bir plana yükselir; o zaman onlara (töre) denir.

Görenek ve töreler yol gösterici güçlerdir. Kurumlar, yasa-

lar hep törelerin ürünüdür. Bunun gibi dünya görüşleri, yaşam felsefeleri, hukuk, ahlak, hep törelerden çıkar.

9.1.2. Auguste Compte

Auguste Compte'a göre ahlak, doğal olan bencilliğe karşı, toplumsal olan başkalarını düşünmenin tercih edilmesidir. Compte, ahlakın temel ilkesi olarak başkaları için yani aile, vatan ve insanlık için yaşamayı görmektedir.

Ona göre, kişilerin temel kusuru bencilliktir. Bencillik, düşük düzeyde bir hayat sağlar. Ahlak, insanın özünde bulunan bu bencilliği yok edemez; yalnızca dizginler. Ahlak yasası, üstün bir doğa olgusundan başka bir şey değildir. İnsan işten, hatta düşünmekten bıkmabilir; ama sevmekten asla bıkmamalıdır. Yine Compte'a göre, ahlak:

- a) Başkalarını düşünmek,
- b) Eşitler arasında bağlılık,
- c) Büyüklere saygı,
- d) Küçüklere iyilik,

biçimlerinde görülmektedir. Auguste Compte, ahlakın başlıca görevinin, “Elden geldiğince, insanlığın ilerlemesine katkıda bulunmak” olduğunu belirtmektedir.

9.1.3. E. Durkeim

E. Durkheim, “Toplumsal İşbölümü” adlı eserinde, toplumların kendilerine özgü bir ahlakı bulunması gerektiğini ifade ederek şu görüşlere yer vermiştir: “İşbölümü kişiyi ailesinden, akrabasından geleneklerinden uzaklaştırır. Fikirler daha kişisel olur. Ama benzerlik dayanışmasını sağlayan kolektif bilinç, etkisini büsbütün kaybetmez. Hiç olmazsa kişinin şahsiyetine saygı inancı kalır.

İşte benzerliğe dayanan dayanışmanın gevşemesine karşılık, yeni bazı bağlar doğmasaydı, ahlakın yıkılmak

üzere olduğuna hükmedilebilirdi.

Oysa yıkılan ahlak yerine, yepyeni bir ahlak doğmaktadır. Yıkılmakta olan mekanik dayanışma ahlakı yerine organik dayanışma temelli bir ahlak geçmektedir. Bu yeni ahlakın ideali uzmanlaşmaktır. Onun için bugün kolektif vicdan, mesleksizlerden nefret eder.”

Durkheim “Ahlak Terbiyesi” konusundaki çalışmasında da özetle şu görüşleri ifade etmiştir:

“Genel olarak ‘ahlaki’ denilen bütün fiillerde ortaklaşa bulunan nitelik, ahlaki fiillerin önceden konulmuş bir takım kurallara uygun olması gereğidir. ‘Ahlaka uygun hareket etmek’ demek, kendimizce bir karar vermeye gerek kalmadan, belirli hal ve şartlar içinde, belirli bir takım kurallara göre hareket etmektir.

Yani ahlak alanı, vazife alanıdır. Vazife ise yapılması emredilmiş olan bir fiildir. İyi hareket etmek, bu kaidelere en iyi itaat etmektir. Ahlakın rolü, insanın hareket tarzlarını tayin etmek, yani fiil ve hareketlerini keyfi ve bireysel olmaktan kurtarıp nizam ve intizama koymaktır.

Ahlaki kurallara uyulması, sadece duygu ya da alışkanlıklara bağlı değildir. Ahlaki kural fikrinde, intizam fikrinden başka bir de otorite fikri vardır. Otoriteden maksat, her türlü manevi kuvvetin, bizim üzerimizde yaptığı baskı ve etkidir.

Ahlaki fiillere ve kurallara da manevi ve maddi cezadan korkmak ya da mükafat almak arzusundan değil; yalnız hürmet duygusuyla ve ancak bu sebeple itaat edilir. Burada hakim olan, sadece ahlakın taşıdığı otoritedir.”

9.1.4. Georges Gurvitch

Georges Gurvitch, “Kuramsal Ahlak ve Töre Bilimi” adlı eserinde, kuramsal bir ahlakın gerçekleşmesi için şu üç koşulu öne sürmektedir:

“1) Kuramsal ahlak, hiçbir kural, hiçbir buyruk ileri sürmeyen, salt kuramsal yargılarla yetinen bir ‘felsefi disiplin’ olmalıdır.

2) Ahlak, hayatı bütün canlılığıyla kavrayan, kendine özgü bir ahlak deneyi bulmalıdır.

3) Ahlak, töre bilimiyle çatışmaktan vazgeçerek, tersine onunla işbirliği yapmalıdır.”

Gurwitch, gerek kuramsal ahlakın, gerekse töre biliminin başlıca görevlerini de şöyle sıralamaktadır:

“a) Doğrudan doğruya kavranan, yaşanan ahlakın çeşitli katlarını özümsemektir. Bu yolun hareket noktaları da günlük ahlak deneyiminde kavranan ve özellikle töre biliminin öğrettiği kolektif kişisel iradeli davranış ve tutumla onların dışlaşmış sembolleridir. Kurumsal ahlak, düşünce yoluyla bu tutumlarla sembollerinin arkasında küme halinde bulunan ‘doğrudan doğruya verileri’ tasvir eder.

b) Kurumsal ahlakın ikinci görevi, bu tanımlara dayanarak doğrudan doğruya ahlak deneyinin, verilerinin ve kesinliklerinin, diğer doğrudan doğruya kavranan değerlere oranla, kendi özgüllüğünü belirtmektir.

c) Kuramsal ahlakın üçüncü görevi, ahlak deneylerinin sonsuz çeşitliliği içinde yaşayan, doğrudan doğruya algılanan verilerin belirliliğini kavramaktır.”

Töre biliminin başlıca görevleri ise:

“A) Töre biliminin ilk görevi, ahlak olgularını öteki toplum olgularından, özellikle din, hukuk gibi olgulardan ayırmaktır. Ama töre bilimi, eylemli davranışların ve dış sembollerin, bazen örtülü olan derinliklerine girmek; taşıdıkları ahlaklılığı anlamak için doğrudan doğruya kavranan ahlak deneyine kadar inmek zorundadır. Bunu ancak kuramsal ahlak öğretebilir.

B) Töre biliminin ikinci görevi, nitelikli tipler olmak

bakımından, ahlak deneyinin sonsuz çeşitlerinden her birinde bulunan olumlu içeriğin somut bir tanımlamasıyla kolektif ahlak davranışlarının bir incelemesini yapmaktır. C) Töre biliminin üçüncü görevi, toplumsal olguların bütünü içinde, ahlak olgularını tamamlamaktır.”

Bu değerlendirmeler çerçevesinde; ahlak, bir toplum içinde kişilerin benimsedikleri, uymak zorunda buldukları davranış biçimleri ve kurallardır. Başka bir deyişle ahlak, insanlara hareket tarzını gösteren kurallardır ve insanın bütün tutum ve davranışları doğrudan doğruya ya da vasıtalı olarak vicdanın hüküm ve takdirine bağlıdır.

Kişi, akıl ve hisleriyle birçok fiillere, ahlaka göre bir değer hükmü vermektedir. Örneğin verilen bir sözü tutmak, zulüm yapmamak, hoşgörülü davranmak, dürüst ve adaletli olmak gibi tutum ve davranışlar, ahlakın gerçekleri olarak kabul edilir.

9.2. Tanımlamalar

Ahlak Bilimi (etik) kişilerin belirli dönemlerdeki bireysel ve toplumsal davranışlarını belirleyerek “yarar”, “iyi”, “kötü” gibi sorunları inceleyen, törelere dayanan bir davranış yasası geliştiren, neyin uğrunda savaşılmaya değer, neyin hayata anlam kazandırdığı, hangi davranışın iyi ve hangisinin kötü olduğu, gibi sorunları kendine konu edinen bilimdir.

Etik davranışın temel alması gereken değerler ise hakkaniyet, adalet, önyargıdan uzaklık, zarar vermeden kaçınmadır. Ahlak (aktöre) ayrıca:

a) Mutlak olarak iyi olduğu düşünülen ya da belli bir yaşam anlayışından kaynaklanan davranış kuralları topluluğu,

b) İyinin ve kötünün bilimi, etik ilkeler tarafından yön-

lendirilmeleri bakımından ele alınan insan davranışlarının kuramı, olarak da tanımlanmaktadır.

Ahlakın bir başka tanımı de şudur: Ahlak, insanın kendine ve öteki kişilere iyi davranması, genel bir ifadeyle iyiliğe varılması için kendini uymaya zorunlu hissettiği manevi ve ruhi görevler ve bunlara ilişkin kurallardır.

Ahlak, yanlış ve doğru, iyi ve kötü, erdem ya da kusurla yaptıklarımızı ve yaptıklarımızın sonuçlarını değerlendirmeye ilgilidir. Ahlak felsefesi ya da etik, ahlaki konu edinen felsefe dalıdır. Kullandığımız ahlak terimlerini ve ahlaki yargılarımızın statüsünü analiz eden etik, takındığımız ahlaki tutumlarımız ardında yatan yargılarımızı ele alır.

Türkçe’de, kişisel ahlak olarak “aktöre”, toplumsal ahlak anlamında ise “töre”, bilimsel terim olarak da “töre bilimi” kullanılmaktadır. Töre bilimi, belli bir toplumun belli bir döneminde, bireysel ve toplumsal davranış kurallarını saptayan ve inceleyen bir bilim dalıdır.

Bu açıdan bilim ve felsefe olarak töre bilimi, yabancı dillerdeki “ethique” ya da “ethics” ile “morale” ya da “morals” terimlerinin her ikisini de karşılamaktadır.

Töre ise “bir toplulukta herhangi bir konuda tutulan yolların, sürdürülen davranışların tümü; görenekler ve adetler” olarak tanımlanmaktadır. Töre, “toplumuna göre yasa ve aktöre yerine geçebilen, ancak gerçekte yasa olmayan davranış kalıbı” olarak da nitelendirilir.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde töre, “Bir toplulukta, şu ya da bu yolla tutulagelen yolların, alışagelen durumların topu; görenekler ve adetler” olarak tanımlanmıştır.

Örf ise “Toplumuna göre kanun ve ahlak yerine geçebilen fakat gerçekte kanun olmayan davranış kalıbı”dır.

Örf, “adet”e oranla daha güçlü bir terimdir. Adet, “Bir topluluğun yapmaya ve uymaya alışageldiği ve topluluk

tarafından yapılması gerekli görülen davranış kalıbı” olarak tanımlanır. Bir başka deyişle örf ve adetler, edinilmiş, yerleşik ya da alışılmış bir düşünce, eylem ve davranış kalıplarıdır.

Türk Dil Kurumu Felsefe Terimleri Sözlüğü’nde, ahlak teriminin karşılığı, “Belli bir dönemde, belli topluluklarca benimsenmiş, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen törel davranış kurallarının, yasalarının, ilkelerinin toplamı; çeşitli toplumlarda ve çağlarda, kapsamı ve içeriği değişen ahlaksal değerler alanı; bir kişi ya da kişiler öbeğince benimsenen eylem kurallarının toplamı” olarak verilmiştir.

Ansiklopedik Kültür Sözlüğü’ne göre ahlak, “Bir toplumsal bilinç, davranış ve ideolojik ilişki biçimi; bir toplumsal oluşuma, sınıfa, kesime özgü, tarihsel ve somut olarak belirlenmiş, bunların belli bir topluluğa, sınıfa, devlete ya da tümüyle topluma olan tutumunu kurallara bağlayan temel görüşler, değerler, normlar, ilkeler, ilişki ve davranış biçimleri bütünü”dür.

Kişi, toplumsal yaşam içindeki bir varlık olarak belli bir toplumun, belli bir ulusun, belli bir kültürün, insanlık denilen bütünün bir üyesidir. Toplumsal düzen, ulus, kültür ve insanlık, tek tek bireyler tarafından oluşturulur. Bireyler, yalnızca bedensel varlıklar değil, aynı zamanda ahlaksal varlıklar olduklarına göre, bireylerin oluşturduğu toplum düzeni de ahlaksal bir varlık olacaktır.

9.3. Ahlak Kuralları, Hukuk ve Din

Ortaçağ kültürlerinde dünya görüşlerini oluşturan unsurların hemen hepsine din egemendir. Dolayısıyla bilim, felsefe, sosyal teoriler dinsel dogmalarla iç içedir. Felsefenin kendisi birçok doğa bilimini kapsadığı gibi, “felsefe” adı altında fizik ve metafizik önermeler aynı

düzyeyde tartışılımtır. Ancak modern çağda birçok bilim dalı dinin şemsyesinden çıkmıştır. Aynı bölünme felsefede de olmuştur.

Antikçağ'dan bu yana birçok disiplin felsefenin ana bölümleri biçiminde felsefe kitaplarında yer alırken, 17. Yüzyıl'dan sonra bu disiplinler ya bağımsız birer doğa bilimi (fizik, biyoloji gibi) ya da farklı sosyal bilim (hukuk, sosyoloji gibi) dalları olarak felsefeden kopmuşlardır. İnan davranışlarının iyi veya kötü nitelikleri açısından incelenmesi (ethics) ve bu davranışların belli yasalara bağlanması konusu, tek-tanrılı dinlerin bel kemiğini oluşturmuştur. Ahlakı içermeyen ve ahlaklı davranışla bir dine aidiyeti bir arada değerlendirmeyen bir din hemen hemen yoktur.

Bu çerçevede, ahlak kurallarının, din ve hukuk kurallarıyla yakın ilişkisi bulunmaktadır. Ahlak kurallarının birçoğu, din kurallarına da girmiştir. Aslında din kurallarının hemen hepsi aynı zamanda birer ahlak kuralıdır. Ahlak kuralları da din ve hukuk kuralları gibi, kişiler arasındaki ilişkileri düzenleyen davranış kurallarıdır.

Din ile ahlak arasında ortak noktalar vardır. Her ikisi de insan ruh ve vicdanına seslenir; din de insanlara ahlaklı ve faziletli olmayı öğretir ve bunu emreder. Ahlak kuralları, bir yandan örf ve adetlere dayanmakta, bir yandan da dinsel inançların etkisinde kalmaktadır. Fakat dinle ahlak arasında farklar da vardır.

Ahlak insanın vicdanının sesine göre karar vermesini ve öylece hareket etmesini ister. Burada, insan vicdanı serbesttir. Oysa dinde bu serbestlik yoktur. Din, inanış ve vicdan kurallarıdır; yaşam ilerlese ve değişse bile bunlar aynı kalırlar. Din kuralları, kişinin iradesi dışında oluşturulmuştur. İnanlar bunlara itaat etmek zorundadırlar.

Ahlakın yaptırımını vicdanidir. Dinin yaptırımını ise hem vicdani hem de ilahidir; ilahi ödül ve ilahi cezayı hedef tutmaktadır. Oysa, bir otoriteye dayanarak ahlaki bir gerçeğin kabulü, her zaman geçici bir kabul olmalıdır. “Ahlaki bir yargı”nın gerçekten öyle olup olmadığı, dayandığı nedenlere bakılarak görülebilir. Bu nedenler, genelde kişinin kendi çıkarına değil; başkalarının gereksinimine ya da başkaları tarafından “kayda değer” olarak tanınan bir ideale gönderme yapmalıdır. Bu yüzden nedenler, ahlak tartışmalarında merkezi rol oynarlar. Ahlak kurallarının yasakladıkları fiil ve davranışların birçoğu, hukuk kuralları tarafından da benimsenmiştir. Bu itibarla, ahlak kurallarının, hukukla daha yakın bir bağı vardır. Ahlakta olduğu gibi hukukta da düşünme ve inanma serbestliği ve hoşgörü ilkesinin varlığı şarttır. Bu görüşten yola çıkarak hukuk kurallarının, yaptırıma bağlanmış ahlak kuralları olduklarını öne sürmek mümkündür. Bu nedenle hukukun asgari ahlak olduğu ya da devlet yaptırımına bağlanmış ahlak kurallarının hukuku oluşturduğu tezi hep savunulmuştur.

Gazetecilik Etik’i

“Gazetecilik etikin iyileştirilmesi için bazı önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu kapsamda gazetecilik mesleğinde gazetecinin eylemleri araştırılmalı ve gazetecilere kendilerini geliştirmeleri için medya etkileri araştırmalarının sonuçları anlatılmalıdır.

Medya örgütlerinin, güncel olanı yansıtabilmek için artan baskıya rağmen çalışanlarına düşünmek ve araştırmak için daha fazla zaman vermesi gerekmektedir.

Özerk denetim kurumları, redaksiyon statüleri, sorunlu etik olayları içeren arşivler, somut eylem normları ve yönetim çizelgeleri ve içsel etik ilkelerin çiğnenmesine karşı

yaptırımlar oluşturulmalıdır.

Enformasyonun göreceleştirilmesiyle alımlayıcıda etik bilinç güçlendirilebilir. Basın ve düşünce özgürlüğünü kısıtlamadan toplumsal sorumluluğu koruyan hukuksal düzenlemeler yapılabilir.

Medya çalışanlarının (gazeteciler, redaktörler, ajanslar v.b), sorumluluk etikine sahip iç yönelimlerinin, ortak yükümlülükle tamamlanması ve eleştirel kamuoyu tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Medya yararlanıcıları, ergin yurttaşlar olarak toplumsal sorumluluğa sahiptirler.

Bu sorumluluk yalnızca sivil toplumun, medyanın gelişimini eleştirel olarak gözlemlemesiyle yerine getirilemez; aynı zamanda etik yönelimli medya pedagojisi ve bağımsız bir medya gazeteciliği tarafından da uyarılması, teşvik edilmesi gerekmektedir.

Medyayla dolaysız ilişkideki bu grupların yanında, medya alanını yansıtmak ve düzenlemek görevine sahip iki grup daha bulunmaktadır.

Gönüllü, kendi kendini denetleyen kurullar bunlardan biridir. Bu kurullar genellikle ilgi grubu olarak oluşmakta ve yaptırım gücü bulunmamaktadır.

Medyaya eleştirel yaklaşan kamuoyunun, bu kurulun çalışmalarını izlemesi halinde kurulun etkinliği artacaktır. Öteki grup ise yasal denetleme ve biçimlendirme kurulu- dur. Anayasa mahkemesi, parlamento, radyo-televizyon denetim organları ve yabancı ülkelerde eyalet medya kuruluşları bunların arasında belirtilebilir. Medya alanında yaşanan ekonomik ve teknik değişimler, devletin denetim ve biçimlendirme olanaklarını azaltmaktadır. Kitle iletişimi sürecinde, izleyicinin sorumluluğuna dikkat çekilmesi yeni bir şey değildir. Onlarca yıldır medya pedagojisi aracılığıyla medya kullanıcılarının

eğitilmesi çabaları gösterilmiş; ancak istenen başarıya erişilememiştir.

Okuyucu/izleyici ve dinleyici kitle, ilgili medyadan yararlanırken ya da medya ürünlerini satın alırken belirli türde gazeteciliği farkında olarak ya da olmayarak desteklemektedir. Bilinçli bir izleyici kitlesinin ne ölçüde başarılı olabileceği henüz bilinmemektedir.

Ancak önemli olan, aılımlayıcının gazetecilik eylemlerinin etik açıdan değerlendirilmesinde bir yana bırakılmamasıdır. Gazeteciliğin kökleri aydınlanmaya ve insan haklarının savunulmasına dayanmaktadır. Kendini greceleştirebilen sınırlarını ve yanlışlarını ifade edebilen bir gazetecilik anlayışının oluşturulması ve sürdürülmesinin sağlanması gerekmektedir.”

Gazetecinin görevi, kanaatleri pazarlamak ya da inançlar uğruna kargaşa yaratmak değildir. Onun görevi, araştırma yaparak gerçek verileri kurgulamaktır. Çünkü gazetecilik etik'i bir hizmet etik'idir.

Johannes Gross

Arapça “hulk” kelimesinin çoğulu “ahlak”, Osmanlıca-Türkçe Sözlük'te “İnsanın yaradılıştan ya da sonra eğitimle kazandığı ruh ve kalp halleri, huylar.” olarak tanımlanmaktadır.

Ahlak, yanlış ve doğru, iyi ve kötü, erdem ve kusur ile yaptıklarımızı ve yaptıklarımızın sonuçlarını değerlendirmeye ilgilidir.

Ahlak felsefesi ya da etik, ahlakı konu edinen felsefe dalıdır. Kullandığımız ahlak terimlerini ve ahlaki yargılarımızın temel ilkelerini çözümleyen etik, takındığımız ahlaki tutumlarımız ardında yatan yargılarımızı ele alır.

Genel anlamda meslek ahlak ilkeleri ya da kuralları, hukuk yasalarında yer almayan, ancak mesleki etkinlik açısından önemli olan uygulamalarla ilgili yükümlülükleri ve kuramları içinde bulundurmaları nedeniyle, meslek üyelerine rehberlik eden, ancak bağlayıcı olmayan yapısal bir özelliğe sahiptirler.

Çeşitli meslek mensuplarının, mesleklerinin icrası sırasında uymak zorunda oldukları kurallar, yasalarla, yönetmeliklerle, sık sık da yazılı ilkelerle belirlenmiştir. Bunların dışında yazılı olmayan, ancak yılların deneyimleri sonucu oluşturulan ve uyulan meslek kuralları da vardır. Bu ilkelerin en eskisi ve belki de en ünlüsü, doktorların mesleklerine başlarken ettikleri “Hipokrat Yemini”dir. M. Ö. 460-377 yılları arasında yaşamış bir Yunanlı olan

Hipokrates, geleneksel tıbbın babası sayılmaktadır. Söz konusu yemin de hekimlik mesleğinde uyulması gereken ahlaki ilkeleri belirleyen ve çağlar boyunca hekimlere yol gösteren bir kurallar bütünüdür.

10.1. Meslek Ahlakı Disiplini

Toplum içinde her mesleğin belirli işlev ve görevleri vardır. Bu nedenle toplum hayatındaki işbölümünde, yararlı faaliyet ve görev anlayışı içinde olmaları gereken meslekler, ana amaçlarından saptırılmamalıdır.

Çünkü bu meslekler, ancak toplum için yararlı oldukları ölçüde meşru sayılırlar. Topluma zarar verildiği ve sınır aşıldığı anda, görev kötüye kullanılmış olduğu için, toplumun kendisini savunma hakkı ve görevi doğmuş olur.

Emile Durkheim, “Meslek Ahlakı” adlı eserinde bu konuda şu görüşleri ortaya atmıştır:

“Hiçbir sosyal faaliyet şekli yoktur ki kendine mahsus bir ahlak disiplinine gereksinim göstermesin. Gerçekten, geniş olsun dar olsun, her sosyal grup, bölümlerden kurulu bir bütündür. Böyle bir grubun tutunabilmesi için her bölümün, sanki yalnızmış gibi değil, aksine bütünün devamını sağlayacak biçimde davranması gerekir.

Fakat ferdin menfaatleri, üyesi bulunduğu grubun menfaatleri değildir. Hatta çok zaman, birincilerle ikinciler arasında gerçek bir çarpışma vardır. Fert, hesaba katmak zorunda olduğu bu sosyal menfaatleri, pek belirsiz bir tarzda fark eder; hatta bazen fark etmez bile.

Çünkü bu menfaatler onun dışındadır ve ondan başka bir şeyin menfaatleridir. Fert bu itibarla, sosyal menfaatleri, kendine ait olan, kendini ilgilendiren bütün şeylerde olduğu gibi, her zaman duymaz ve kavramaz.

Şu halde, onu bunları hatırlamaya ve saymaya zorlayan bir teşkilatın bulunması lazımdır. Bu teşkilat ise bir ahlak

disiplininden başka bir şey olamaz. Zira bu disiplin, ferde, kolektif menfaatlere zarar getirmemek ve mensup olduğu toplumu bozmamak için, yapması gereken şeyleri emreden bir kurallar toplamıdır.

Ferdi, bu yoldaki hareketlerinde zapt eden, onun önüne setler çeken; ortaklarıyla münasebetlerinin ne olması gerektiğini, meşru olmayan saldırıların nerede başladığını, topluluğun devam ve bekası için kendisine düşen fiili yardımların neler olduğunu gösteren hep bu disiplindir.

Eğer kurallar, yapılacak işlerin kolektif gayelere uygun olması için tutulacak yolu göstermezse ferdin toplum düşmanı olmasının, topluma karşı gelmesinin önüne geçilemez. Bu sebepten, her meslek faaliyetinin bir ahlakı olması imkansızdır.”

Durkheim’a göre, toplumsal yaşamı düzenleyen ahlak ve hukuk kurallarının ortak bir noktası vardır: Yaptırım. Yaptırım, hangi biçimde olursa olsun ahlakın temel ögesidir. Bu kavramı:

1) Ahlakın öteki alanlarına göre, meslek ahlakının genel özelliği nedir?

2) Her meslek ahlakının oluşması ve normal olarak işlenmesi için zorunlu olan koşullar nelerdir?

sorularıyla inceleyen Durkheim, meslek ahlakının temel özelliğinin, “kamu vicdanının ona karşı gösterdiği ilgisizlik” olduğunu belirlemiştir.

Durkheim’a göre, meslek ahlakı, cemiyetin bütün uzuvları arasında ortak bir değere sahip olmadığı için, kurallara uyulmaması genel bir tepki doğurmaz.

Toplumun bütününün, meslek ahlak kurallarının ihlaline ilgisizliği sonucu ortaya çıkacak olumsuzlukların önüne geçebilmek için Durkheim, bu kuralların işleyişini gözlemleyecek özel bazı gruplara gereksinim olduğunu

söylemiştir.

Aynı meslekten bireylerin ya da meslek gruplarının birleşmesiyle kurulmuş grupların, meslek ahlak kurallarının uygulanmasında önemli rolleri bulunduğunu savunan Durkheim, söz konusu grup ne kadar güçlü bağlarla kurulmuş ise meslek ahlakı açısından, vicdanlar üzerindeki otoritesinin o denli fazla olacağını vurgulamıştır. Durkheim, “Meslek grupları ne kadar sağlam ve teşkilatlı olursa meslek ahlakı da o kadar gelişir ve sayılır.” demiştir.

10.2. Yazılı İletişimin Ahlak Kuralları

Gazetecilik, Batı toplumlarında, 19. Yüzyıl sonu ile 20. Yüzyıl başında “önemli bir meslek” olarak belirmeye başlamıştır. Bu işi yapanların sayısı arttıkça, bir meslek grubu olarak gazeteciler ortaya çıkmıştır.

Gerek işin yapılması, gerekse meslek grubunun üye-rinin kendi aralarındaki ve toplumun geri kalan bölümleriyle ilişkilerinin düzenlenebilmesi için, bu yeni meslek grubu bazı kurallara gereksinim duymuştur.

Bazı ülkelerde ulusal ya da uluslararası iletişim birlikleri, dernekleri ya da sendikaları tarafından benimsenmiş kurallar uygulanmaktadır.

Ülkelerin bazılarında ise bu iletişim ahlak kuralları, siyasal iktidarlar tarafından, kanunlar, kararnameler ve yönetmelikler çerçevesinde, zorunlu olarak kabul ettirilmiştir.

Meslek ahlak kuralları açısından da gazetecilik işi, belki de kamu ahlakı kadar dikkat çekicidir. Zira kamu ahlakının en başta gelen kuralı, “doğruluk-dürüstlük”, basın meslek ahlak kurallarının da ilk maddesini oluşturmaktadır.

Basın meslek ahlak kurallarının öteki maddelerinin de kamu ahlakıyla benzer özellikler taşıdıkları göz önüne alınırsa kamu vicdanının, basın meslek ahlakına ilgisiz

kal-madığı ortaya çıkmaktadır.

Basın ahlak kurallarında, bilginin içeriğine gönderme yapılan ilk bölüm şunları içerir: a) Olaylara saygı, b) Beyanların çarpıtılmadan aktarılması, c) Yanlışların tezkibi.

Çalışma yöntemlerini ilgilendiren ikinci bölüm şöyledir: Vefa, kişilere saygı, ayrımcı olmamak ve mesleki gizlilik. Üçüncü bölümde ise güç ilişkileri yer alır: Bağımsızlık, haberle reklam arasında ayırım yapabilme. Bu temel yükümlülükler dışında, her bir kod, özgül durumların getirdiği gerekliliklere işaret eder.

Öte yandan, artık ayna, objektif, tarafsız, bağımsız, çoğulcu olmak gibi gazetecilik efsanelerinin de “fikirlerin serbest piyasası”na ilişkin liberal düşlerin de büyük ölçüde birer yalandan ibaret olduğu ortaya çıkmıştır.

Bir başka gerçek de en dürüst biçimiyle yürütülmeye çalışıldığında dahi gazetecilik süreçlerinin, gerçeğin bire bir yansıtılmasını daha en başında imkansız kıldıklarıdır. Tüm bu nedenlerden dolayı, gazetecilikte ahlak olgusunun tanımında fikir birliğine varmak oldukça zordur. Sorumluluk ve ahlakın, gazetecilikte eşanlamlı olduğu belirtilmekte ve tüm ahlaksal görevler ile toplumsal sorumluluklar arasında, doğrudan bir bağ bulunduğu dikkat çekilmektedir.

20. Yüzyıl'da, iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler, önemi ve etkisi artan iletişim mesleğini yönlendirecek mesleksi düzeydeki ahlak ve davranış yasalarının oluşturulmasını zorunlu kılmıştır.

Niçin ahlaklı bir medya istenir? Çünkü, medya güçlü bir ahlaki (etik) temel üstünde yükseliyorsa, kamuoyu oluşturmak gibi “kuşkulu bir hedefe” değil, kamuoyunun özgür-ce oluşmasına katkıda bulunmaya yönelir.

Böylece medyanın günümüzde ulaştığı güç ve yaygınlıkla,

toplumun saydamlaşmasını sağlayacağı, ülke yönetimine ilişkin alınmış ve alınacak kararları, yurttaşlara hemen ve doğru bir biçimde ileterek sağladığı bilgilenme (information) sayesinde, demokrasilerin yılda bir sandık başına gitmeye indirgenmesinden doğan sakıncaların aşılmasına yol açacağı öngörülmüştür.

Basın ahlak kuralları, gazetecilerin içinde bulundukları düzenleyici çerçevenin yalnızca küçük bir parçasıdır. Muhabirler ve editörler, birçok yolla etik dışı davranmaktan uzak tutulabilirler.

10.3. Gazetecinin Sorumluluğu

Gazeteci kime karşı sorumluluk taşımaktadır? Kendisine mi, toplumuna mı? Toplumun içinde, genel anlamda halkına mı, mensup olduğu toplumsal sınıfa mı, devletine mi? Çalıştığı kuruma ve patrona mı, yoksa meslektaşlarına mı? Bunların içinde hangisi öncelik taşır?

Aslında gazeteci, meslek özellikleri nedeniyle, tüm topluma karşı sorumludur. Gazetecinin bu sorumluluğa karşılık, mesleğini gerektiği gibi yapabilmek için bazı haklara sahip olduğu da unutulmamalıdır.

Bu hakların bir bölümü, genel olarak insan hakları ya da çalışanların haklarıyla bağlantılı, ötekileri ise mesleğe özeldir. Buna rağmen, kişi öncelikle kendisine karşı sorumluluysa, o zaman “toplumsal sorumluluk” kavramının bir anlamı kalmaz.

Gazetecilikte diyalektikğin en önemli aşaması, özgürlük ile ahlak ve sorumluluk anlayışlarının iç ilişkisinde ortaya çıkmaktadır. Gazetecinin özgürlüğünü koruyabilmesi için, ahlaksal değerlere gereksinim bulunmaktadır.

Ahlak ve sorumluluk kavramlarından yoksun bir gazeteci için, özgürlük bir anlam taşımaz. Her gazetecinin çalışma ortamında üstlerine bağımlılık gibi önemli bir sorunu

bulunmaktadır. Ancak öncelikle konu edilmesi gereken bu bağımlılık ve sorumluluk zincirinde verilen görevi kabul edip etmeme değil, görevin gerçekleştirilmesi sırasında alınacak tavidir.

Baskıcı rejimlerde ahlak yasası, mağdur durumdaki gazetecilere ahlaki destek vermenin ve ahlaki dayanışmayı teşvik etmenin bir yolu olabilir. Daha liberal rejimlerde ahlak yasaları, gazeteciler yerine, halktan kişileri korumaya ağırlık verecektir. Gazeteciler için konulan ahlak yasalarından, doğrudan yararlanan üç kesim vardır:

- a) Birincisi, gazetecilerin çalıştıkları gazete ve dergilerin okuyucularıdır. Haberlerin doğru, tarafsız vb. olmasını öngören hükümlerin, okuyucuları yönlendirilmekten koruyarak, kendi günlük kararlarını verirken bu haberlerdeki bilgilerden yararlanmalarını sağlayacağı düşünülebilir.
- b) İkinci olarak, gazetecilerin haber malzemesi sağladıkları kişiler gelmektedir. Örneğin bir yasada, gazetecinin kendisine bilgi veren kişinin adını açıklamaması, güvenini kötüye kullanmaması istenebilir.
- c) Üçüncü olarak da gazetecinin araştırdığı hikayeye konu olan kişiler vardır. Bunlar için de yasada, gazetecinin hakkında yazdığı kişi ya da kişilerin özel hayatlarına girmemeleri istenebilir.

Bu arada yeni iletişim teknikleri pazarının yaygınlaşarak özgürleşmesine ve birçok özelleştirme uygulamalarına rağmen, günümüzde, siyasal iktidarların kitle iletişim araçlarına baskıları, demokratik ülkelerde daha az olsa da sürmektedir. Bu baskıların büyük bölümü, ülke çıkarları bahane edilerek uygulanmaktadır.

Şöyle ki, değişik bir kaynağa ulaşan gazeteci, haber üretim aşamasında, yazacağı haberin, ülke çapında ya da uluslararası arenada sorunlara yol açacağı konusunda uyarılmaktadır.

Bu uyarılma sonucu gazeteci, “vicdan değerdendirme-si gereği”, elindeki bilgileri kullanmamayı yeğlemektedir. Ya da haberine, genel temayı zedeledmeden bazı k¼¼k d¼¼zeltmelerle, sans¼¼r uygulamaktadır.

Bu gelişmeler karşısında “Yeni D¼¼nya Enformasyon ve İletişim D¼¼zeni” başlığı altında toplanan ve Unesco tarafından desteklenen yeni arayışlar, Üç¼¼nc¼¼ D¼¼nya Ülkeleri’nde yoğun bir biçimde tartışılmaktadır. “Gazeteciliği Global Platformda Ahlaksal Kodlama” adı verilen bu çalışmaların önde gelen destekçilerinden Fin’li iletişim profes¼¼r¼¼ Kaarle Nordenstreng’e göre, gazetecinin tarafsız kalamayacağı değerler arasında: Barış’a ilişkin evrensel ölç¼¼tler, demokrasi, insan hakları ve ulusal özg¼¼rl¼¼k bulunmaktadır.

Washington’daki Amerikan Üniversitesi öğretim üyelerinden Prof. Hamid Mevlana da, bu değerleri:

- a) Savaş karşıtlığı ve barış yandaşlığı,
- b) K¼¼lt¼¼rel ve geleneksel değerlere saygı,
- c) İnsan hakları’nın yüceltilme-si,
- d) Kişinin mesken, aile ve mal gibi özl¼¼k haklarının zedelenmemesi, biçiminde sıralamaktadır.

10.4. Meslek Kurallarının İşlevi

Gazetecilerin mesleklerini yaparken uymaları gereken kurallar: Anayasa maddeleri, ceza yasaları, bazı ilgili yasalar, basın yasaları, onur yasaları, ahlak kuralları, etik kodlar, ahlaki standartlar, meslek ilkeleri, meslek kuralları, gazetecilerin haklarına ve yük¼¼ml¼¼l¼¼klerine ilişkin bildirdgeler, mesleki yük¼¼ml¼¼l¼¼kler bildirgesi, gazetecilik kuralları vb. gibi değişik adlar altında toplanmıştır.

Meslek üyelerinin genel ve ortak davranış biçimlerini belirleyen kurallar, temelde şu üç işlevi yerine getirirler:

- 1) Hizmet ilkelerini korumak,
- 2) Meslek içi rekabeti d¼¼zenlemek,

3) Yetersiz ve ilkesiz üyeleri ayıklamak.

Meslek kurallarının başka bir işlevi, meslek üyeleri-nin iş davranışları ve meslektaşlarıyla ilişkilerini düzenlemenin yanı sıra toplumun geri kalan bölümündekilerle ilişkilerini de eşgüdüm içinde yürütmektir. Bu çerçevede, meslek ahlakı kurallarının, hem meslek grubunun davranışlarına dönük hem de aynı grubun topluma karşı ödevlerine yönelik kurallar içerdiği bir gerçektir.

Temelde gazeteci, gerçeği ifade etmenin sonucu olarak, haberi yanlı ve yanıltıcı biçimde çarpıtmaktan kaçınmak, bilginin doğruluğunu sınamak, gerekli düzeltmeleri yayımlamak, mesleki sırları korumak, haber kaynaklarını açıklamamak, ilkelerine uymak zorundadır.

Öteki yükümlülükler, daha çok temel ahlak yargıları düzeyindedir. Hakaret ve sövmeden ya da özel hayatı açıklamaktan kaçınmak, şiddete ya da ahlak dışı davranışlara karşı fazla hoşgörülü bir tavır izleyerek, genel ahlak ölçütlerini yozlaştırmamaya özen göstermek, bilgi almak amacıyla dürüst olmayan yöntemlere (gazetecilik kimliğini saklamak) başvurmamak, gibi...

Yükümlülüklerin bir bölümü de gazeteciler arasında dayanışmaya ilişkindir; fikir hırsızlığının ve haksız rekabetin yasaklanması, karşılıklı yardımlaşma gibi...

Bu yükümlülüklerin bir bölümü ise aynı zamanda bazı yasalarda, hakları da belirler. En sık anılanları, bilgi kaynaklarına başvurma özgürlüğü, kamuyu ilgilendiren tüm konuları özgürce araştırma ile inançlarına ve vicdanlarına ters gelen mesleki faaliyetleri reddetme hakkıdır.

10.5. Basının Denetlenmesi ve Özdenetim Uygulamaları
Basının etkisi ve gücü göz önünde bulundurulduğunda, kamuoyunu yansıtan ve oluşturulmasına katkıda bulunan

basının en önemli sorumluluğu haberi, bilgiyi gerçeğe en yakın biçimde aktarmaktır.

Ancak, siyasi ve ekonomik baskılar, kurumsal ve kişisel etkenler, zaman zaman ahlaki sapmaların yaşanmasına ve bireylerin en temel hakkı olan iletişim hakkı ve özgürlüğünün sekteye uğramasına sebep olabilmektedir. Basın alanında yapılacak düzenleme ve uygulamalar, basının demokratik çoğulcu parlamenter sisteme dayalı olarak yönetilen ülkelerde gördüğü işlevler açısından önem taşır. Bu ülkelerde, yasa koyucunun basının görevlerine müdahale olasılığını doğuracak düzenlemelerden kaçınması gerekmektedir.

Bu çerçevede, basının kendi kendini denetlemesi, ya-ni “özdenetim” sistemi, devlet otoritesinin basına müdahalede bulunmasını önlemek ve kamuoyu karşısında saygınlığı olan bir basın yaratmak, ihtiyacından kaynaklanmıştır.

Özdenetimle anlatılmak istenen, mesleki saygınlığı sağlamak, doğru güvenilir haber vermek, yorumları inanılır kılmak, okuyucunun güvenini sürdürmek için yapılması ve yapılmaması gerekenlerin bütünüdür.

Özdenetim belgelerinde yer alan kuralların büyük bölümünün, özellikle basının bilgi verme ve doğru bilgi verme temel işlevine ilişkin olarak, belirli ortak noktaları vardır. Bu bağlamda, gazetecinin bilgiye ulaşma, yorum serbestliği ve özgürlüğünü koruma yükümlülükleri mevcuttur.

Öte yandan, basın ahlak yasaları, iletişimcilerin topluma karşı davranışlarını da düzenler. Bunlar, iletişimcilerin mesleksi davranışlarını ve tutumlarını düzenleyici kurallardır.

10.5.1. Ahlak İlkeleri

Basın mesleği, Avrupa'da 17. Yüzyıl'ın başlarında gazetelerin yayımlanmasıyla (Avisa Relation Oder Zeitung-1609-Almanya), (Relation-1609-Fransa), (Gedenck Wurdige Zeitung-1610-Almanya), (Nieuwe Tijdingen-1619-Hollanda), (The Weekly News from Italy and Germany-1622-Hollanda), (La Gazette-1631-Fransa), (Gazetta Publica-1640-İtalya) ortaya çıkmıştır. Gazetecilik, Batı toplumlarında, 19. Yüzyıl sonu ile 20. Yüzyıl başında "önemli bir meslek" olarak adlandırılmıştır.

Medya dünyasında etik ya da özdenetim anlayışı, gazeteciliğın ilk olarak geliştiği Batı'da ortaya çıkmıştır. Batı dünyasında, gazetecilik alanında "etik" denilince, akla okurla karşılıklı güven içinde ilişki kurmak ve bunu sürdürmek amacıyla gazeteciler 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.

Gazetecilikte mesleki bilgilerin paylaşılması, etik ölçütlerin belirlenmesi, meslek üyeleri arasında dayanışma ve yardımlaşmanın gerçekleştirilmesi, çalışma koşullarının iyileştirilmesi yolunda bazı birliklerin kurulmasına, ilk kez 1874 yılında, İsveç Basın Birliği'nin oluşturulmasıyla başlanmıştır.

1901 yılında da bir yasayla İsveç Gazeteciler Federasyonu kurulmuştur. Fazla benimsenmeyen bu yasanın ortaya çıkışından yaklaşık 15 yıl sonra, 1916'da, bugün bilinen İsveç Basın Ahlak Yasası oluşturulmuştur. Söz konusu yasa, 1923, 1953, 1969 ve 1974 yıllarında gözden geçirilerek değiştirilmiştir. Anılan basın ahlak yasası, hem yazılı basına, hem radyo televizyon çalışanlarına, hem de reklamcılık sektörüne hitap etmektedir.

Gazetecilerin statülerini belirleyen belgelerde, basın

ahlak ilkelerine, İsveç'ten önce yer veren bazı ülkeler de bulunmaktadır. Örneğin, Polonya Gazeteciler Cemiyeti Meslek Kuralları 1896 yılında yazılmıştır. Bu belgeden sonra, Yayıncılar Cemiyeti'nce 1937 yılında bir basın ahlak yasası kabul edilmiş; Gazeteciler Cemiyeti tarafından da, 1945'te ayrıntılı bir ahlak yasası oluşturulmuştur. 1951 yılında ise bugünkü Polonya Gazeteciler Cemiyeti kurulunca, ahlak yasasında bazı düzenlemeler yapılmıştır. Yine ilk ahlak yasalarından bir diğeri de 1918 yılında kabul edilen Fransız Basın Ahlak Yasası'dır. Fransız Ulusal Gazeteciler Sendikası tarafından oluşturulan "Fransız Gazetecilerin Mesleki Görev Şartnamesi" adlı bu yasa, 1938 ve 1966 yıllarında gözden geçirilerek yenilenmiştir. Bu sistemin en başarılı örneklerinden biri 1953'te kurulan, 1963'te yeniden düzenlenen İngiliz Basın Konseyi'dir. Avrupa'da, tüm kıtayı kapsayacak biçimde, bir gazetecilik "etik"i oluşturulması çabasının üç önemli taşı, 1954 Bordeaux Bildirgesi, 1971 Münih Bildirgesi, 1993'te Avrupa Konseyi'nde hazırlanan aynı yöndeki bir metindir. ABD'de ise Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti'nin 1923'te yayımladığı metin, ilk "İlkeler Dizisi" sayılmaktadır. Onu 1929'daki Pan Amerikan Basın Konferansı'nın belirlediği genel kurallar izlemiştir. Özetle söylemek gerekirse başta ABD olmak üzere çeşitli ülkelerde uygulanan Basın Meslek İlkeleri Belgeleri'nin ana başlıkları şöyledir:

"Tarafsızlık (nesnellğe yaklaşma), haber kaynaklarının gizliliği, mesleksel sırlara saygı, özel hayatın gizliliği, kişisel çıkarların reddi, başkasının yapıtını kendine mal etmeme, iftira, hakaret ve kötülemeden sakınma, düzeltme ve cevap hakkına saygı, mesleksel davranış ve meslektaş ilişkileri, haber, yorum ve başlıklar, vicdan hükmü, gerçeği öğrenme hakkı, dış etkiler ve ticari çıkarlar, yayınların

içeriği.”

10.5.2. Basın Konseyi

Yazılı basın ahlak kurallarının oluşturulma biçimlerinden biri de basın şeref divanları ya da basın konseyleri aracılığıyla, belirli kuralların gazeteciler tarafından derlenerek uygulanmaya çalışılmasıdır. Bazı ülkelerde ise ulusal ya da uluslararası iletişim birlikleri, dernekleri ya da sendikaları tarafından benimsenmiş kurallar uygulanmaktadır.

Basın konseylerinin ortak özelliği, basın özgürlüğü-nün kötüye kullanılmasını önleyerek, siyasal iktidarların basına müdahalesine fırsat vermeme amacına hizmet eden ve bizzat basın tarafından istenerek oluşturulan gönüllü kuruluşlar olmalarıdır.

Basın konseylerinin başlıca işlevi, toplumla iletişim kurumları arasında bir “denge unsuru” olmalarıdır. Onlar, kitle iletişim araçlarıyla, bu araçların seslendikleri kitleler arasında bir aracı durumundadırlar. Ama her ikisinden de bağımsız bir konumda bulduklarından, kitle iletişim araçları ve toplum tarafından “güvenilir olma” özelliğini taşırlar.

Özdenetim düşüncesinden yola çıkılarak varılan bir başka model, kamu için bağımsız bir gözlemcilik görevi üstlenmiş olan basını da birilerinin gözetlemesi gerektiği inancıyla ortaya atılan basın konseyi modelidir.

Basın Konseyi, basın mensuplarından başka, halktan temsilcilerin de katılabildiği bir organdır. Amacı basında çıkan haksız ya da yanlış haberler, yorumlar sonucu onurları, çıkarları zarar gören kişilerin şikayetleri üzerine konuyu incelemektir. Konsey, bu tür şikayetler üzerine araştırmaya girişip elde ettiği sonucu, eğer söz konusu yayın organı haksız bulunmuşsa bunu da açıklayarak kamuoyuna duyurur.

Basının özdenetim mekanizmasını işleten basın konseyleri, çift yönlü denetim yapmaktadır. Basın Konseyleri'nin çoğu, şu iki ana işleve sahiptir: bir yandan dışarıdan yapılan saldırılara karşı -örneğin hükümet yetkililerinden, güçlü şirket ya da kuruluşlardan gelen- basın özgürlüğünü savunmak; öte yandan da basın ahlakı ölçütlerinin mümkün olduğu kadar yüksek düzeyde uygulanmasını gerçekleştirmek.

Basın konseyi uygulamasının muhalifleri ise genellikle basın gözlemcisinin yine basın olması gerektiğini ileri sürmektedirler. Söz konusu kişiler, basın dışı katılımlı bir örgüt tarafından denetlenmenin basın özgürlüğüne gölge düşüreceğini savunmaktadırlar. Bazıları ise konsey kararlarının mahkemelerde, basın aleyhine kullanılabileceği kuşkusunu da dile getirmektedirler.

Basın konseyleri uygulamasının başlatılmasından 100 yıl, iletişim hak ve özgürlüğünün yanı sıra basın ahlakı ve basın meslek ilkelerinin uluslararası kuruluşlarca telaffuz edilmeye başlanmasından da 50 yıl sonra varılan nokta, hiç de iç açıcı değildir. Çünkü süreç içindeki bütün iyi niyet dileklerine rağmen, edinilen deneyimler ve yürürlükteki uygulamalar, bu alanda fazla bir gelişme kaydedilmediği gerçeğini ortaya koymaktadır.

Nitekim Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi'nin, iletişim konularıyla ilgili kararında, "Bilginin bir mal değil, bir temel hak olduğu" hatırlatılmakta; ancak aynı metinde, "Medyanın mal sahipleri, editörler ve muhabirler, kendi özel çıkarlarına göre dikte ettirdikleri, bilgiyi mal gibi gören pazar kuralları uygulamasına son vermeli" cümlesine yer verilerek, "fiili uygulamaların pek de ahlaki olmadığı" belgelenmektedir.

10.5.3. Ombudsman

Ombudsman, kelime kökeni açısından İsveç dilinde “aracı” anlamına gelen ‘ombuds’ ve “kişi” anlamına gelen ‘man’ kelimelerinden oluşmuştur. Bu kelime, İsveç’te genellikle delege, avukat, vekil ya da bir başka kişi-kişiler tarafından, o kişi-kişiler adına hareket etmeye ve onların haklarını korumaya yetkili kılınmış kimseyi tanımlar.* Günümüzde büyük bir yaygınlık kazanmış olan ve dünyanın hemen her köşesinde bilinen bir kavram durumu-na gelen ombudsman sözcüğü; bireylerden, bürolardan, komisyonlardan oluşan çok çeşitli özel ya da kamusal kurumlar için kullanılmaktadır.

Ombudsman kurumu farklı ülkelerde farklı yasal ve anayasal düzenlemelerle gündeme geldiğinden, bu kurum için üzerinde herkesin birleşeceği bir tanım ortaya koymak mümkün değildir.

Genel bir tanım yapmak gerekirse ombudsman, idarenin giriştiği eylem ve işlemlerle ilgili vatandaşın gelecek şikayetleri incelemeye ve haklı bulduğu şikayetlere neden olan eylem ve işlemlerin kendilerinin ya da zararlı sonuçlarının ortadan kaldırılması için uğraş vermeye yetkili bağımsız bir kurumdur.

Öte yandan gelişmiş ülkelerde, haber ile bilginin toplayıcısı ve hedef kitleye ulaştırma aracı medya, kamusal haklarını özgürlüklerini savunurken ve temel işlevlerini gerçekleştirirken tarafsız ve doğru yayıncılık hizmetini yerine getirme sorumluluğunu da taşımaktadır.

Bu ülkelerde medyanın özdenetim uygulamaları, toplumsal yapı ve gelişmişlik düzeyi ile ilişkili olarak farklı biçimlerde ortaya çıkmakta ve basın özgürlüğü yıpratılmadan sorumlu yayıncılık bilincinin yerleşmesi hedeflenmektedir.

Basın alanındaki özdenetim yöntemlerinden biri de “Ombudsman” (okur temsilcisi) uygulamasıdır. Bu modelin

ilk olarak ortaya çıktığı yer İsveç'tir. Bu ülkede, medyanın yasallaşan "Basın Özgürlüğü"nü kötüye kullanarak etik olmayan davranışlarla ihlal etmesini önlemek amacıyla 1916 yılında birer özdenetim modeli olan Basın Konseyi ile 1969'da "Basın Ombudsmanı" uygulamaları kurumsallaştırılmıştır.

İskandinav ülkeleri ve İsveç'te uygulanan biçimiyle Ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönettikleri kişidir. Ombudsman'ın hükümetle hiçbir bağı yoktur. Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcilerinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilir. Maaşı ise yayıncılar ya da yayıncılar derneğindeki gazeteciler tarafından ödenir. Ombudsman, bir denetim mekanizması olarak ilk kez İsveç'te ortaya çıkmasına rağmen basın sektöründe ilk uygulama bir Uzak Doğu ülkesi olan Japonya'da görülmüştür. Japonya'da yayımlanan Asahi Shimbun gazetesinin 1922'de okuyucu şikayetlerini dinlemek ve incelemek üzere bir komite kurmuştur. Okur temsilciliğinin ilk olarak ortaya çıkışı da bu şekilde olmuştur. Söz konusu gazeteyi bir başka Japon gazetesi Yomiuri Shimbun 1938'de izlemiştir.

İsveç örneğinden esinlenerek oluşturulan ve daha çok ABD'de uygulama alanı bulan sistemde de Ombudsman'ın görevi, okuyucuların şikayetlerini, çalıştıkları gazete ilgililerine bildirerek, bunların yinelenmemesini sağlamaktır. ABD'de bu modeli ilk kez, 1967 yılının Haziran ayında "Louisville Courier-Journal" ve "Louisville Times" gazeteleri uygulamıştır. ABD'de yaklaşık 1500'ü aşkın gazeteden yalnızca 35'inin ombudsman'ı bulunmaktadır. Gazetelerin, "ombudsman" uygulaması konusunda çekingen davranmaları iki nedene dayanmaktadır. Bunlardan birincisi, ombudsman'ların aldıkları yüksek ücret, ikin-

cisi ise gazetecilerin genelde kendilerini gözlemleyen bir eleştirmenden hoşlanmamalarıdır.

Ombudsman'lar, çalıştıkları gazetenin eleştirmeni ve gözlemcisidirler. Okur temsilcileri her hafta düzenli olarak yazdıkları köşelerinde eleştirilerde bulunurlar, açıklamalar yaparlar; gerektiğinde de övgüler sunarlar.

Bazen de haberlerin gazetelerinde doğru verilip verilmediğini ortaya koymak için haberlere konu olmuş kişilere ulaşarak onlara haber konusu olayla ilgili doğrulama soruları sorarlar ve yorumlarına başvururlar.

Okur temsilcileri, okuyucular için çoğu zaman gizemli, bu nedenle de kuşku duyulan bir süreç olan haber toplama sürecinin halka anlatılmasına yardımcı olurlar.

Okuyucular için gazete içinde iletişim kurabilecekleri bir kişinin bulunması, haber medyasının halkın sorunlarına uzak, tepeden bakan, duyarsız ve ortalama vatandaş için ulaşamaz şeklindeki inancın yıkılmasına yardımcı olabilir.

Bunun yanı sıra gazetelerde okuyucular için ayrılan okur temsilcisi köşeleri, iyi bir tartışma zemini oluşturabilme potansiyeline de sahiptir.

10.5.4. Okur Temsilcileri Örgütü (ONO)

“Haber Ombudsmanlar’ı Birliği - Okur Temsilcileri Örgütü - The Organisation of News Ombudsman (ONO) uluslararası bir örgüt olarak 1980 yılında kurulmuştur. İlk zamanlar adı Gazete Okur Temsilcileri Örgütü (Organization of Newspaper Ombudsmen) olan ONO’ya daha sonra başvurular üzerine öteki medya kuruluşlarından (radyo ve televizyonlardan) da üye kabul edildiği için örgütün adı Okur Temsilcileri Örgütü (Organization of News Ombudsmen) olarak değiştirilmiştir.

Üyelerinin büyük bir bölümü gazetelerde görevli olan

ONO'ya ABD, Kanada, Fransa, İngiltere, Japonya, İsrail, Hollanda, Portekiz, İspanya, Kolombiya, Türkiye, Venezüella gibi pek çok ülkeden okur temsilcileri üyedir. Dünyadaki okur temsilcileri arasındaki ilişkilerin kurulmasını ve sürdürülmesini sağlayan ONO, her yıl üyeleri-nin bulunduğu kentlerin birinde konferans düzenler. Bu konferanslarda habercilik uygulamaları pratikleri ve okur temsilcilerinin karşılaştıkları çok çeşitli sorunlarla ilgili konular tartışılır.

Konferans konuları arasında: Cinsellik içeren suçların gazetelerde sunumu, haber kaynaklarının belirtilmemesi, özel yaşam alanına girilmesi, çıkar çatışmaları, haber güvenilirliği, haberlerde çocukların kimliklerinin korunması, haberlerde etnik, dini vb. azınlıkların verilışı gibi konular yer almaktadır.

10.5.4.1. ONO'nun Amaçları

ONO çalışmalarını şu amaçlar doğrultusunda yürütmektedir:

- 1) Gazetecilikte etik standartların yükseltilmesinde ve bu standartların korunmasında gazetecilik mesleğini yapanlara yardımcı olmak ve böylece okuyucuların gözünde gazetecilik mesleğinin saygınlığını arttırmak.
- 2) Okur temsilcileri için mesleki standartlar belirlemek ve tavsiye etmek.
- 3) Gazetelerde ve başka medya kuruluşlarında okur temsilciliği kurumunun yaygınlaşmasına yardımcı olmak.
- 4) Bir platform oluşturarak üyeleri arasında deneyim, bilgi ve görüş alışverişinde bulunulmasını gerçekleştirmek.
- 5) Yayımcılar, editörler, basın konseyleri ve öteki diğer mesleki örgütler arasında ilişkileri geliştirerek medya odaklı çeşitli konulara ilgi duyan gruplar için konuşmacılar sağlamak.

10.5.4.2. ONO'nun Evrensel Kuralları

Öte yandan, 2007'nin Mayıs ayında Boston'da Harvard Üniversitesi Nieman Enstitüsü'nde düzenlenen ve 12 ülkeden 50 Ombudsman'ın katıldığı ONO Toplantısı'nda "Ombudsmanlık İçin Evrensel Kurallar" kabul edilmiştir. Bu kurallar şunlardır:

- 1) Ombudsman'ın birincil amacı kendi haber kuruluşundaki sorumluluk bilincini yükseltmektir.
- 2) Ombudsman basın özgürlüğünün korunması, sorumlu ve yüksek kalitede gazetecilik yapılması için çalışır.
- 3) Ombudsman'ın görevi halk tarafından iletilen haberlerle ilgili şikayetleri almak ve soruşturmak.
- 4) Ombudsman, şikayetlere en yüksek saygıyla yaklaşır.
- 5) Ombudsman, şikayetlerden kaynaklanan sorunları çözmek için en uygun eylemi önerir.
- 6) Ombudsman, okurların en yüksek çıkarlarını gözetken bağımsız bir kişidir.
- 7) Ombudsman tamamen objektif ve tarafsız davranmak zorundadır.
- 8) Ombudsman, çıkar çatışması yaratacak her türlü eyleme dahil olmaktan uzak durmalıdır.
- 9) Ombudsman, halka gazeteciliğin rollerini ve yükümlülüklerini anlatır.
- 10) Ombudsman, halkın (okurların) beklentileri ile gazetecilerin sorumlulukları arasında bir aracı (mediatör) gibi davranır.

*Tarihçe

Bazı kaynaklar ombudsman ile Çin'deki Han Hane-danlığı (M.Ö. 206 – M.S. 220) sırasında varolan Yu an Control Kurumu, Roma'daki Halk Tribünleri ve 17. Yüzyıl Amerikan kolonilerindeki Censors kurumları arasında para-

lellikler kurmaktadırlar (Avşar, 1997: 45). Pickl (1987: 101-107) ise “Ombudsman Sistemlerinin İslami Temelleri” adlı çalışmasında ombudsman sisteminin ortaya çıkışında İslam dünyasındaki şikayetleri inceleme sistemlerinin önemli bir esin kaynağı olduğunu belirtmektedir.

7. Yüzyıl’ın ilk yarısında İslam dünyasında daha çok kentlerdeki alışveriş mekanlarındaki genel ahlakın koruyuculuğunu üstlenen Muhtasib Kurumu, bütün vatandaşların şikayetlerini bildirebileceği idari bir denetim kurumu niteliğindedir.

Abbassiler Dönemi’nde (750-847) de halk tarafından hükümet görevlileri hakkında yapılan şikayetleri incelemekle ve soruşturmakla görevli Divan-ı Mezalim Kurumu oluşturulmuştur. Bir hakim tarafından yönetilen Divan-ı Mezalim, geleneksel devlet ve toplum sisteminde bütün haksızlıkların şikayet edileceği en son temyiz makamı durumundaydı.

Osmanlı İmparatorluğu Dönemi’nde ise Hakimler Hakimi Kadı al Kudat bu işlevi yerine getiriyordu.

İsveç Ombudsmanı’nın, 1713’de İsveç Kralı XII. Şarl tarafından kurulduğu kabul edilir. İsveç Kralı 1709’da Ruslar’a yenilerek Osmanlı Devleti’ne sığınır ve yaklaşık beş yıl Osmanlı topraklarında ikamet etmek zorunda kalır. Bu dönemde Kral XII. Şarl, ülkesinin iyi yönetilmesi ve adaletsizliklerin önlenmesi için bir ferman çıkartarak ülkesindeki yöneticilerin ve yargıçların yasalara uymalarını gözetecek bir kişiyi “Yüksek Vekil” olarak göreve atar.

Böylece ülkede yasalara uyulmasını ve memurların görevlerini gerektiği gibi yapmalarını sağlayacak bir ombudsmanlık bürosu oluşturur ve ülkesini uzaktan yönetmeye çalışır.

İsveç Kralı’nın ülkesinde ombudsman kurumunu kurarken bir süre ikamet ettiği Osmanlı’nın devlet geleneğinden

esinlenmiş ve etkilenmiş olduğu belirtilir. İsveç'te 1809'da anayasal bir kurum haline gelen om-budsmanlık günümüzde İsveç hukuk sisteminin temel kurumlarından biri durumuna gelmiştir (Uluer, 1992: 1022).

Türkiye'de Okur Temsilciliği Uygulaması

Türkiye'de, gazetelerin okur temsilcisi (Ombudsman) görevlendirmeye başlamaları yalnızca 7-8 yıllık bir geçmişe sahiptir. Bu uygulamaya ilişkin ilk adımların 1980'li yıllarda atıldığı görülmektedir.

1980'li yılların başlarında, Hürriyet Haber Ajansı'nda Seyfettin Turhan ve Hürriyet gazetesi'nde Emre Kongar bazı yönleriyle okur temsilciliğine benzer görevler yerine getirmişlerdir. Özellikle Seyfettin Turhan, Hürriyet Haber Ajansı için çıkardığı aylık bültende haber yazımındaki yanlışlara işaret etmiş ve temel gazetecilik kurallarını hatırlatmıştır.

Öte yandan, uzun yıllar yurtdışında da basın sektöründe çalışmalarda bulunan Yavuz Baydar Türkiye'de ilk Ombudsman (okur temsilcisi) olmuştur. 22 Mart 1999'da Milliyet gazetesi okur temsilcisi olan Yavuz Baydar, Amerikan modeline yakın bir uygulamayla Türkiye'nin ilk Ombudsman uygulamasını başlatan kişidir.

Gazeteler için bir prestij kaynağı olan bu uygulamaya öteki büyük gazeteler de geçmekte gecikmemişlerdir. 19 Mart 2002'de Doğan Satmış Hürriyet gazetesi'nde aynı görevi üstlenmiştir. Bu görevi daha sonraları Temuçin Tüzecan sürdürmüştür. Baydar'ın 5 Kasım 2004'de Sabah Gazetesi'ne yine okur temsilcisi olarak geçmesiyle Sabah Gazetesi de okur temsilcisine sahip gazeteler arasına katılmıştır.

Milliyet Gazetesi'nde boşalan okur temsilciliği görevini ise emektar gazeteci Derya Sazak üstlenmiştir. Akşam

Gazetesi'nde 16 Haziran 2005 tarihinde gazeteci Banu Kurt'un "Okur Temsilcisi" başlığını taşıyan ve haftalık olarak yayınlanan bir köşe açmasıyla Türk basınında okur temsilcisine sahip gazetelerin sayısı dörde yükselmiştir. Bu arada deneyimli gazeteci Okay Gönensin de, Va-tan gazetesinde 03 Nisan-21 Ağustos 2006 tarihleri arasında, okur temsilciliği yapmıştır.

Yeni Şafak gazetesinde de Yusuf Ziya Cömert, "Okur Sözcüsü" olarak çalışmaktadır. Zaman gazetesinde ise okur temsilciliği anonim bir biçimde "Okur Hattı" adı altında yürütülmektedir.

Ayrıca, yine Akşam Gazetesi'nde değerli gazeteci Şakir Süter'in 5 Nisan 2004 tarihinden beri "Okuyucu Mektupları" başlığını taşıyan ve haftada bir düzenli olarak ölümüne kadar (28 Ağustos 2007) yayımlanan köşesinden de söz etmek gerekir.

Bu tür uygulamalar özel TV kanallarının bazılarında da görülmüştür.

Öte yandan, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nejdet Atabek "Okur Temsilciliği: Türk Basını'nda Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma" adlı kitabında, okur temsilcisinin görevleriyle ilgili olarak şu görüşlere yer vermiştir.

"Okur Temsilcisinin gazetede üstlendiği görev, çalıştığı kuruma göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte, onlar genel olarak haber toplantılarına gözlemci olarak katılırlar; eleştirilerini gazete yönetimine ya da ilgili gazete çalışanlarına iletirler; her hafta düzenli olarak "Okur Temsilcisi Köşesi"nde okuyucu eleştirilerini yanıtlarlar ya da haber içeriklerine ilişkin bazı sorunlara dikkati çekerler. Bazı okur temsilcileri, düzeltmelerin hazırlanmasıyla da ilgilenirler.

Daha küçük gazetelerde okur temsilcileri zaman za-man

haber üretim süreçleriyle ilgili öteki görevleri de üzerlerine alma gereği duyarlar.

Kimi okur temsilcileri de okuyucularla daha yakın olabilmek için okuyucuların katıldığı toplantılar düzenler. “Okur Konseyleri” olarak ifade edilen bu toplantılara katılan okuyucuların, gazetenin okur profilini genelde temsil ediyor izlenimini vermesi beklenir.”

Öte yandan, Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisi Baydar’a göre Okur Temsilcisi Köşesi’nin amaçları şöyle sıralanabilir (Milliyet, 27 Mart 2000: 22): 1) Okuru gazetesinin içeriği konusunda söz sahibi yapmak, 2) Eleştiriye ve özeleştiriye tümüyle açık olmak, 3) Gazetenin iç işleyişini ve içerikle ilgili alınmış kararları nedenleriyle birlikte okura açıklamak, 4) Gazete ile okur arasında köprü olmak, 5) Etik ve basın ahlakı ile ilgili tartışmaları korkusuzca canlı tutarak gazetecilik standartlarını yükseltmek, 6) Dünyadaki gazete-okur ilişkilerini ve etik tartışmalarını kendi gazete okurlarına aktarmak.

Baydar, Milliyet Gazetesi’ndeki Köşesi’nde (26 Mart 2001: 21) okur temsilcisinin üç önemli hedefini de şöyle ifade etmektedir: 1) Okur Temsilcisi, kendisini atayan gazete sahipleri açısından bir “ürün kalite kontrolçüsü” işlevi görür. Patron, “ürünü” alan “müşterinin” hangi açıdan şikayetçi olduğu konusunda net bir şekilde fikir sahibi olur. 2) Gazetenin editoryal yönetimi ve muhabirleri, okur temsilciliği sayesinde meslek etiği sınırları içinde hareket etmeye yönlendirilir. 3) Okurlar kendilerinin ciddiye alındığını, gazetenin içeriğinde söz sahibi olduklarını düşünürler.

11. TÜRKİYE'DE ÖZDENETİM UYGULAMALARI

İnsanları yasa ve ceza ile yönetirseniz, onlar bir daha yanlış yapmayacaklar; ancak şeref ve utanma duygularına da sahip olmayacaklardır. İnsanları erdemle ve ahlak kuralları ile yönetirseniz, o zaman onlar hem utanma duygusuna sahip olacaklar hem de doğruyu yapmaya çalışacaklardır. Konfüçyüs

Çeşitli devletlerin basınında olduğu gibi, Türk basınında da denetim, baskı ya da sansür, ilk gazete Takvim-i Vakayi'nin yayın tarihi olan 1 Kasım 1831'den bu yana çeşitli biçimlerde süregelmiştir.

Osmanlı Basın Tarihi'nin ilk üç Türkçe gazetesi, Vakayi-i Mısriye (1828), Vakayi-i Giridiye (1830), Takvim-i Vakayi'dir (1831)

Ancak, Osmanlı'da ilk özdenetim çalışmaları değil de ilk yasaklar 1858'de başlamıştır. Sultan Abdülaziz, İstanbul'da yalnızca 2 gazete (Takvim-i Vakayi, Ceride-i Havadis) ile bir dergi (Vakayi-i Tibbiye) yayımlanırken, 1858 yılındaki Ceza Yasası'na* basın özgürlüğünü sınırlayıcı maddeler koydurtmuştur.

İlk basın yasası sayılan 1864 Matbuat Nizamnamesi ile Ali Kararname (1867), basın özgürlüğünü hiçe sayan yasal yapıyı oluşturmuş; 11 Mayıs 1876'da da başka bir kararnameyle ilk sansür uygulaması belgelenmiştir.

Matbuat Nizamnamesi, siyasi gazete çıkarmak isteyenlerin ruhsat almalarını öngörmüştür.

Nizamnamede ayrıca, çeşitli basın suçları için verilecek cezalar da belirlenmiş; hapis ve para cezalarının yanı sıra geçici ya da süresiz kapatma cezaları getirilmiştir.

Devlet yöneticileri daima “resmi basın”, “uysal basın”, “sorun yaratmayan basın” arayışı içinde olduklarından,

Osmanlı ve Türk Basın Tarihi, özgür yayın girişimleriyle bunu engellemek için konulan sınırlamalar ve yasaklamalar manzumesidir.

Öte yandan, 1938 yılında kurulan Basın Birliği, bu tür uygulamaların en belirgin örneğidir. 25 Mayıs 1935 yılında toplanan 1. Basın Kongresi'nde alınan kararlar uyarınca, 28 Haziran 1938 tarihinde Basın Birliği Kanunu kabul edilmiştir.

Bu kanunla Türkiye'de yayımlanan gazete ve dergilerin sahipleri ile bunların ve haber ajanslarının yazı, haber, resim, fotoğraf ve düzeltme işlerinde ücretle, devamlı ve düzenli bir biçimde çalışarak, bu işi kendine meslek edin-en kimseler zorunlu olarak, Basın Birliği'nin çatısı altında toplanmıştır.

Meslekle ilgili sorunların çözümü için, meslek haysiyet divanları da ilk kez bu yasayla kurulmuştur. Bu yasa 1946 yılında demokratikleşme süreci içinde Batılı ülkelerde benzeri bulunmadığı gerekçesiyle yürürlükten kaldırılmıştır.

Bu sürecin devamında, 10 Ocak 1946'da Ankara, 10 Haziran 1946'da İstanbul ve 18 Temmuz 1946'da İzmir Gazeteciler Cemiyetleri, gönüllü meslek örgütleri olarak kurulmuşlardır.

*1858 Tarihli Ceza Kanunu

“1858 Tarihli Ceza Kanunu'nun, basına kısıtlamalar getirerek basın özgürlüğünü sınırlayan 2 maddesi şöyle düzenlenmiştir:

Madde 138- Devlet-i Aliye'nin emir ve ruhsatıyla açılmış olan matbaalarda saltanat-ı seniye (yüce saltanat) ve erbabi hükümet (yöneticiler) ve tebai saltanat-ı seniyeden olan bir millet aleyhinde gazete veya kitap ve evrakı muzırıra

(zararlı belgeler) tab ve neşrine mütecasir olan (yeltenen) kimselerin iptida bastırmış olduğu şeylerin zaptıyla, derece-i cürmüne göre matbaası muvakkaten bütün bütün (kesinlikle) kapatıldıktan sonra on Mecidiye altınından elli Mecidiye altınına kadar ceza yı nakdi (para cezası) ahz olunur (alınır).

Madde 139- Adabı umumiyye muhalif olarak nazmen ve nesren hezel ve hicv'e dair şeyleri veyahut edebsizce resim ve tasviri basan ve bastıran ve neşreden kimselerden bir Mecidiye altınından beş Mecidiye altınına kadar cezai nakdi alınır ve yirmi dört saatten bir haftaya kadar hapis olunur.”

Öte yandan, 213. Madde’de de “Basma kağıt talik (asmak) ve neşriyle” yani afiş ve yayın yoluyla başkalarına asılsız suçlamada bulunma fiili yasaklanmıştır.”

11.1. Basın Ahlak Yasası

Türkiye’de, 1960 yılına kadar basının özdenetimi için herhangi bir kurumsal girişimde bulunulmamıştır. 27 Mayıs 1960 tarihinden önceki deneyimler ve sonraki gelişmeler, basının özdenetim gereksinimini gündeme getirmiş ve İstanbul (Türkiye) Gazeteciler Cemiyeti ile İstanbul (Türkiye) Gazeteciler Sendikası’nın ortak girişimi sonucu, 24 Temmuz 1960 günü, saat 15.00’te düzenlenen törenle, Basın Ahlak Yasası, gazeteciler ve yayın kuruluşları temsilcileri tarafından imzalanmıştır.

Uygulamaları denetlemek için de Basın Şeref Divanı’nın kurulduğu aynı törende, 24 Temmuz (2. Meşrutî-yet’in ilanı ile sansürün kaldırılış tarihi) “Basın Bayramı” ilan edilmiştir.

11.1.1. Taahhütname ve Hükümler

Basın Ahlak Yasası ve Basın Şeref Divanı Taahhüt-namesi

şöyleydi:

“Hürriyete liyakatin başta gelen şartının, hürriyet içinde kendi kendini kontrol edebilmek olduğuna inanan Türk basın müesseseleri, demokrasinin temel unsurlarından olan basın hürriyetinin topluma ve demokratik düzene en yararlı bir yolda işlemlerini sağlamak için, tespit ettikleri Ahlak Yasası’na ve bu yasaı yürütmekle görevli Basın Şeref Divanı’nın kararlarına uymayı kabul ve taahhüt ederler.”

Öte yandan, Basın İlan Kurumu Genel Kurulu’nun, 20 Mayıs 1964 tarihinde aldığı 25 no’lu kararda, “Basın Ahlak Esasları” şöyle belirlenmiştir:

“Madde 1- 195 sayılı Kanun’un 49. maddesinde sözü edilen (Basın Ahlak Esasları) aşağıda gösterilmiştir:

1) Bir amme müessesesi olan gazetecilik mesleği, bu mesleğin dışında kalan özel ya da ahlaka aykırı maksat ve menfaatlere alet edilemez ve amme menfaatlerine zarar verici bir şekilde kullanılamaz.

2) Yazı, haber, fotoğraf ve sair şekillerde yapılacak yayınlarda, şu hususlara riayet edilir:

a) Ahlaka aykırı veya müstehcen yayında bulunulamaz.

b) Şahıs, müessese ve zümreleri hedef tutan yazılar-da, galiz kelimeler kullanılamaz, şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapılamaz.

c) Amme menfaatini ilgilendirmeyen hallerde, fertlerin hususi hayatları, küçük düşürücü şekilde teşhir edilemez.

d) Şahıslar, müesseseler veya zümreler aleyhinde iftira ve isnatta bulunulamaz.

e) Din istismar edilemez.

3) Haberlerde ve olayların yorumunda hakikatlerden tahrif veya kısaltma yoluyla maksatlı olarak ayrılınamaz; doğruluğu şüphe uyandırabilen ve tahkiki gazetecilik imkanları içinde bulunan haberler, tahkik edilmeden ve

doğruluğuna emin olunmadan yazılamaz.

4) Gazetenin veya gazetecinin şahsi veya taraf tutan kanaatlerine, haberlerin metninde yer verilemez.

5) Haber başlıklarında, haberin ihtiva ettiği hususlar tahrif edilemez.

6) Amme menfaati mutlak lüzum göstermedikçe, “mahrem” kaydıyla verilen malumat yayımlanamaz.

7) Gazeteci, kaynakların mahremiyetini koruyacak ve kendisine verilen sırlara saygı gösterecektir.

8) Haber, yazı veya resim kaynaklarının, yayın tarihi için koydukları zaman kaydı ihlal edilemez.

9) İlan, reklam mahiyetindeki haber, resim veya yazıların, ilan veya reklam olduğu, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

10) Mevzutelerin verdikleri yanlış bilgilerden dolayı yollanacak haklı cevap veya tekzipler, cevap veya tekzibe neden olan yazının tesirini tamamıyla giderecek şekilde, en kısa bir zamanda yayımlanır.

11) Yazı, haber, fotoğraf ve sair şekillerde yapılacak yayınların kaynaklarıyla, kadro mensupları, baskı veya fiili satış adedi okuyucuya açıklanmak istendiği takdirde, yanlış veya yanıltıcı bilgi verilemez.

12) 5953 sayılı Kanun’un, 6253 sayılı Kanun’la değişik 20. maddesine uyularak Bayram gazetelerinin çıkarıldığı günlerde, başka günlük gazete çıkarılamaz.

(Bu bent, Genel Kurul’un, 14 Mayıs 1993 tarih ve 125 sayılı kararıyla metinden çıkarılmıştır.)

Madde 2- Basın Ahlak Esasları’ndan herhangi birine aykırı hareket eden gazete ve dergiler hakkında, 195 sayılı Kanun’un 49. maddesinin (a) bendi uygulanır.

Madde 3- Gazete ve dergilerin Basın Ahlak Esas-ları’na uyup uymadıkları, Basın İlan Kurumu Genel Müdürlüğü’nce takip edilir. Ayrıca bir bilirkişi niteliğinde bulu-

nan Basın Şeref Divanı'nın, Basın Ahlak Yasası'na aykırı bulduğu yayınlar ile Basın İlan Kurumu'na yapılacak ihbar ve şikayetler nazarı dikkate alınır.

Madde 4- 29 Aralık 1961 tarih ve 10996 sayılı Resmi Gazete ile yayımlanan 9 numaralı Genel Kurul kararı kaldırılmıştır.

Madde 5- Bu karar Resmi Gazetede yayımlandığı tarihte yürürlüğe girer. (11.6.1993 tarih ve 21604 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır)”

11.1.2. Basın Şeref Divanı

Basın Ahlak Yasası'nın uygulanmasını sağlamak için oluşturulan Basın Şeref Divanı'nın 10 üyesi şöyle belirlenmiştir:

“Gazeteciler Cemiyeti (İstanbul) 1, İstanbul Gazeteciler Sendikası 1, Ankara Gazeteciler Cemiyeti ve Sendikası 1, İzmir Gazeteciler Cemiyeti ve Sendikası 1, Türkiye Gazete Sahipleri ve Sendikası 1, Türkiye Gündelik Siyasi Gazete Sahipleri Sendikası 1, Türkiye Gazete Sahipleri Federasyonu 1.”

Basın mensubu olmayan öteki üç üyeden biri, İstanbul Üniversitesi profesörleri arasından Üniversite Senatosu'na, ikinci üye İstanbul Barosu Yönetim Kurulu tarafından Baro'ya mensup avukatlar arasından seçilmekteydi. Basın mensubu olmayan 3'üncü üye ise İstanbul ili sınırları içinde görevli olan en kıdemli ceza hakimiydi. Basın Şeref Divanı üyelerinin görev süresi 2 yıl olarak belirlenmiştir. Görev sürelerinin bitiminden en az 2 ay önce yeniden seçim yapılmakta, daha önce görev yapmış üyeler divana yeniden seçilebilmektedirler.

İstifa ya da çeşitli nedenlerle boşalan üyelik için, o üyeyi seçmiş kurul tarafından 1 ay içinde yeniden seçim yapılması da öngörülmüştür.

Yüksek Hakimler Kurulu'nun oluşmasından sonra, bu kurulca seçilmesi öngörülen hakim üyenin, Divan'da görev alamayacağı görüşü ortaya atılmıştır. Onun yerini, İstanbul Üniversitesi Gazetecilik Enstitüsü Müdürü ya da onun görevlendirdiği kişi almıştır.

Türkiye Gündelik Siyasi Gazete Sahipleri Sendi-kası'nın, Basın Şeref Divanı üyeliğinden ayrılmasından sonra da bu üyelik, SBF Basın-Yayın Yüksekokulu Müdürü ya da onun görevlendireceği kişiye verilmiştir.

Basın Şeref Divanı'nın Başkanı ile 2. Başkanı, basın mensubu olmayan üç üye tarafından kendi aralarında gizli oyla seçilirdi. Basın mensubu 7 üyenin kendi aralarından seçtikleri Genel Sekreter'in görevi, Başkan'la görüşerek Divan'ı toplantıya çağırarak, gündemi hazırlamak, başvuru ve şikayetleri kabul etmek, görüşme zabıtlarını tutmak ve Divan'la ilgili öteki işleri yürütmektir. Ücretli Genel Sekreter'e, işlerinde yardım etmek üzere, Divan dışından ücretli bir katip görevlendirilirdi.

Divan'ın basın mensubu olmayan üyeleri, katılacakları toplantılar için hakkı huzur alırlardı. Divan toplantısı için, üçte iki çoğunluk gerekir, bu çoğunluk içinde, basın dışı üyelerden en az birinin bulunma koşulu aranır.

11. 1. 2. 1. Çalışma Biçimi

Basın Şeref Divanı'nın "çalışma tarzı" şöyle belirlenmişti: "Basın Şeref Divanı, Ahlak Yasası'na aykırı hareketleri ya kendiliğinden ya da menfaatleri ihlal edilen ilgililerin yapacakları şikayetler üzerine inceler.

Müracaat, ihbar ve şikayetler, Genel Sekreterliğe yazılı ve gerekçeli olarak yapılır. Mücerret ve umumi talepler kabul edilmez.

Ferdi müracaatların Divan tarafından ele alınabilmesi için müracaat sahibi, şikayet konusu meselede her türlü

dava hakkından feragat ettiğini bildirir bir feragatnameyi imzalayacak ve Genel Sekreterliğe (50) Türk Lirası tevdi edecektir. Acz halinde bulunduğu tespit edilenlerden bu ücret alınmaz.

Divan, kazai mercilerde görülmekte olan davaları ele alamaz.

Genel Sekreter, konuyu Divan'a getirmeden evvel, yayını bahis konusu olan gazetenin iddialara karşı yazılı cevabını alacaktır. Divan lüzum görürse ilgilileri ayrıca şifahi olarak izahat vermeye davet edebilir.

Aksine karar alınmadıkça, oyların verilış tarzı gizli tutulur. Divan çalışmaları kapalı oturumlarda yapılır. Müzakereler ifşa edilemez.”

11.1.2.2. Görev ve Yetki

Basın Şeref Divanı'nın görev ve yetkileri şöyle sıralanmıştır:

“Divan, ihtar ya da takbih kararları alabileceği gibi, uzlaştırma yoluna da gidebilir. Takbih edilen hadisenin arz ettiği önem büyükse Divan, kötü hali görülmüş gazetecinin, mensup olduğu basın teşekkülünden ihracı hususunda, yetkili organların dikkatini çekecektir.

Basın Şeref Divanı, karara bağladığı meseleyi, bir tebliğle umumi efkara duyuracaktır.

Uzlaştırma kararlarının yayını, tarafların rızası ve Divan'ın kararına bağlıdır. Bu tebliğ, ahlak yasasına uymayı taahhüt eden bütün neşir organlarında yayımlanacağı gibi, diğer yayın vasıtalarından da faydalanılacaktır.

Verdiği taahhüde rağmen, kendisiyle ilgili tebliğleri yayımlamaktan kaçınan mevkutenin bu hareketi, Divan tarafından ayrıca teşhir olunacaktır.

Basın Şeref Divanı, her faaliyet yılı sonunda, umumi bir rapor yayımlayacaktır.

Basın Ahlak Yasası'nı imzalayan mevkuteler, her sayılarında kolayca görülebilecek bir yere şu ibareyi koyar: "Bu gazete (ya da ajans ve dergi) Basın Ahlak Yasası'na uymayı taahhüt etmiştir."

11.1.2.3. Bütçe

Basın Şeref Divanı'nın harcamaları, başvurulardan alınacak harçlar ve Divan'a üye yollayan basın kuruluşlarının, aralarında yapacakları özel anlaşmalarla karşılanırdı.

Öte yandan, Ahlak Yasası'nda ya da Basın Şeref Divanı'nın söz konusu statüsünde değişiklik yapma önerisi, Divan üyeleri ya da katılan basın kuruluşlarından birinin temsilcisi tarafından verilirdi.

Değişiklik teklifleri, üye basın kuruluşlarının yönetim kurullarının ikiye temsilcisi ve Divan üyelerinin katıldıkları toplantıda görüşülürdü.

Değişiklik teklifinin kabulü için, hazır bulunan üyelerin üçte ikisinin oyu gerekliydi.

11.2. Basın İlan Kurumu ve 195 Sayılı Yasa

Basın İlan Kurumu, Milli Birlik Hükümeti döneminde, resmi ilan dağıtımının düzene sokulması ve "Besleme Basın"ın yok edilmesi amacıyla 2 Ocak 1961'de kabul edilen 195 Sayılı Yasa ile kurulmuş, özerk bir kurumdur. O tarihten bu yana yasa 1979, 1984, 1988 ve 1990'da bazı değişikliklere uğramış; ancak Kurum'un temel ilkeleri değişmemiştir.

Yasada Kurum'un görevleri şöyle belirtiliyordu:

"Resmi ilanların gazetelerde ve sürekli yayınlarda basılmasına aracı olmak; gazete ve sürekli yayınlara, basın dernekleri ve sendikalarına en çok 5 yıllık kredi açmak; gazetecilere ve basın işçilerine en çok 2 yıllık borç ver-

mek; basının makine, kağıt ve mürekkep gibi ihtiyaçlarını sağlamak; çalışamaz durumda olan basın mensuplarına ve ölenlerin ailelerine yardım etmek; sosyal girişimlerde bulunmak.”

Kurum’un 36 üyeden oluşan bir genel kurulu vardır. Bu kurul şu temsilcilerden oluşur:

a) Kurum’un idaresine katılmayı kabul eden gazete ve dergi sahiplerinin kendi aralarında seçecekleri; satışı 100 binin üzerinde olanlardan 2, satışı 99 999-50 bin arasında olanlardan 1, satışı 49 999 - 10 bin arasında olanlardan 1, satışı 10 binin altında olanlardan 1, İstanbul, Ankara, İzmir dışında kalan Anadolu gazete sahiplerinden 1, en çok üyeye sahip gazeteciler sendikasıdan 3, İstanbul, Ankara ve İzmir’deki en fazla sarı basın kartlı üyeye sahip gazeteci derneklerinden 1’er olmak üzere toplam olarak 12 temsilci,

b) Cumhurbaşkanı’nca görevlendirilecek 1, Hükümetçe görevlendirilecek: Başbakanlık 2, Adalet Bakanlığı 1, Milli Savunma Bakanlığı 1, İçişleri Bakanlığı 1 Maliye ve Gümrük Bakanlığı 1, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı 1, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı 1, Kültür ve Turizm Bakanlığı 1, Basın-Yayın Genel Müdürlüğü’nden 1, olmak üzere 11 temsilci ile Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları İşletmesi Genel Müdürlüğü’nden (SEKA) 1, temsilci olmak üzere toplam olarak 12 temsilci,

c) İstanbul, Ankara ve Ege Üniversiteleri Hukuk Fa-külteleri ile Ankara Üniversiteleri Siyasal Bilgiler Fakültesi’nden 1’er, İstanbul, Ankara ve Ege Üniversiteleri’nden basın-yayınla ilgili eğitim yapan yüksekokul ya da enstitü-lerden 1’er öğretim üyesi, ticaret siciline kayıtlı ilan prodüktörlerinden 1, Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği’nden 1, Türkiye Barolar Birliği’nden 1, Türkiye Radyo ve Televizyon Ku-

rumu Genel Müdürlüğü'nden (TRT) 1, Anadolu Ajansı T.A.O.'dan 1, olmak üzere toplam olarak 12 temsilci. Öte yandan, sözü edilen 9 Ocak 1961 tarih ve 195 sayılı Basın İlan Kurumu Teşkilî'ne Dair Kanun'un 49. Maddesi'nin ilk paragrafı ile (a) bendi şöyledir: "Bu kanuna ya da bu kanuna dayanılarak yapılacak yönetmeliğe ya da Kurum Genel Kurulu'nun, bu kanunda yazılı hususlarda ittihaz edeceği kararları ile yükletilen ödevlere yahut da Basın Ahlak Esasları'na riayet etmeyen gazete ve dergilerle prodüktörler ve kamu idare ve teşekkülleri ve 42. Madde'de anılan sair ortakların sorumluları hakkında, diğer mevzuat hükümlerine halel gelmemek üzere, aşağıda yazılı olduğu şekilde muamele yapılır:

a) Kurum tarafından o gazete ya da dergiye verilecek ilan ve reklamlar, kesinleşen yönetim kurulu kararına dayanılarak, Kurum Genel Müdürlüğü'nce, iki ayı geçmeyecek bir süre ile kesilir. Ayrıca bu kanunla temin edilen menfaatlerden de aynı şekilde faydalandırılmaz." Kanununun 49. Maddesi'nin (b) Bendi'nin 2. Paragrafı'nda ise "kapatmaya ilişkin kararlara 10 gün içinde mahallin en yüksek Asliye Hukuk Hakimliği nezdinde itiraz edilebileceği, hakimin en geç 15 gün içinde, evrak üzerinden karar vereceği ve bu kararın kesin olduğu" hükmü yer almıştır.

11.3. Divan'ın Başarısızlığı

Basın Şeref Divanı'nın faaliyete geçtiği 1960 yılı Ağustos ayından 1967 sonuna kadar incelediği olay sayısı 148'dir. Bunların 102'si müracaat üzerine, 46'sı da resen ele alınmıştır. 148 olaydan 72'sinin Basın Ahlak Yasası'na aykırı yayınlarla ilgili olduğu tespit edilmiştir. Bu yayınlardan 27'si "takbih" (kınama) edilmiş; 33'ünde "ih-

tar”da (uyarı) bulunulmuş; öteki 12’si için uyarma ve dikkat çekme yoluna gidilmiştir.

Basın Şeref Divanı deneyiminin, başarısızlıkla sonuçlanmasının nedenleri şöyle özetlenmektedir:

“1) Basın Şeref Divanı’nın, yalnızca ceza verici bir örgüt olarak kurulması, dolayısıyla, basın mensuplarınca, adeta bir umacı gibi görülmesi ve bu yüzden sevgi ve prestij elde edememesi.

2) Uyguladığı teşhir niteliğindeki ahlaki yaptırımın etkili olamaması ve bu yaptırımın, gazetecileri yeni hareketleri tekrarlamaktan alıkoyacak bir araç niteliği taşınamaması.

3) Basın İlan Kurumu Yasası’nın 49. Maddesi’nin işletilmesi yoluyla, ahlak yasasını ihlal eden gazeteler aleyhinde, ilan kesme tarzındaki mali yaptırımların uygulanmasına teşebbüs edilmesinin, gazetecilerin can evine dokunmuş olması nedeniyle ters yönde işlemesi ve gazetelerin taahhütlerini geri alarak, Basın Şeref Divanı’ndan çekilmeyi yeğlemeleri.

4) Şeref Divanı’nın, çalışmalarının devamını sağlayacak mali kaynaklardan yoksun hale düşmesi.

5) Türkiye’deki siyasal hayatın ve ideolojik tartışmaların, kazandığı yoğunluk dolayısıyla, Basın Ahlak Yasası’na aykırı hareketlerin çoğalması ve dolayısıyla kurulan büro-
nun bunları izleyemez hale gelmesi. Arada bir yapılan kovuşturmalara ise bu nedenle bir tür adaletsizlik duygusu yaratması.

6) Basın Şeref Divanı’nın, gerek basın mensupları arasında, gerek Türk kamuoyunda arzulanan itibarı elde edememiş bulunması: Divan kararlarının, ahlaki bir yaptırım olarak kamuoyunda gerektiği biçimde etki yapamaması.

7) Türk kamuoyunun, Basın Ahlak Yasası’na aykırı yayınlarda bulunan gazeteciler üzerinde, etkili bir denetim

gerçekleştirememesi.

8) Türk basınında, belirli ahlaki standartların, kuşak-tan kuşağa geçen bir kültür mirası olarak henüz yerleşme-miş bulunması.

9) Türkiye'deki süreli yayınların, esas itibariyle patronlarının etkileri altında bulunmaları nedeniyle, basında çalışanlara yönelik bir yaptırımın etkili olmasına olanak bulunmaması.”

Basın Şeref Divanı'nın, askeri darbe koşullarında kurulduğu, 1960 ihtilalinin etkisinin azalması ve parlamenter sistemin işlemeye başlamasıyla öneminin azaldığı ve işlerli-ğini yitirdiği görüşü de önemli bir iddia olarak savunulmak-tadır.

Öte yandan, Basın Şeref Divanı'nın faaliyete geçtiği 1960 yılı Ağustos ayından, işlevinin fiilen sona erdiği 1967 yılı sonuna kadar incelediği olay sayısı 148'dir. Bunların 102'si başvuru üzerine, 46'sı da resen ele alınmıştır.

148 olaydan 72'sinin, Basın Ahlak Yasası'na aykırı yayınlarla ilgili olduğu belirlenmiştir. Bu yayınlardan 27'si kınanmış, 33 olayda ihtarda bulunulmuş, öteki 12'si için uyarma ve dikkat çekme yollarına gidilmiştir.

Bu arada, Basın Ahlak Yasası'nın 8 yıl içinde en fazla ihlal edilen maddesi, ikinci madde olmuştur. 41 kez ihlale uğradığı belirlenen bu maddenin özellikle, “Şahıs, müessese ve zümreleri hedef tutan yazılarda galiz kelimeler kullanılamaz, şeref ve haysiyetlere karşı haksız yayın yapılamaz.” hükmünün yer aldığı (b) bendi ile iftira ve isnatları yasaklayan (d) bendine aykırı yayınlarla karşılaşmıştır.

11. 4. IPI'nin Basın Ahlak Kuralları

Basın Şeref Divanı deneyiminin başarısızlıkla sonuçlanması üzerine, uzun süre bu konuda herhangi bir girişim

yapılmamıştır. Ancak, 14 Şubat 1972 tarihli genel kurul toplantısında, İstanbul Gazeteciler Cemiyeti, Uluslararası Basın Enstitüsü (International Press Institute - IPI) tarafından hazırlanan, 9 maddelik “Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları”nı kabul etmiştir.

Bu kurallar şunlardır:

- “1) Gazeteci ve gazete yazarları, halka kesin ve doğru haber vermeye dikkat etmeye mecburdurlar. Bunlar, haberlerin ayrıntılarıyla doğru olduğunu kontrol etmekle mükelleftirler. Esaslı bir noktanın isteyerek değiştirilmesi ya da unutulması yasaktır.
- 2) Gazetecilik, halk yararına hizmet etmelidir. Halk yararı aleyhine şahsi bir çıkar aramak ya da özel bir yarara üstünlük vermek, gazetecilik mesleğiyle kabili telif değildir.
- 3) Basın yoluyla namus ve haysiyet kırıcı yazılar yazmak ya da iftira ve isnatlarda bulunmak, hakaret etmek, tediyeler kabul etmek ve sahibinin haberi olmadan aktarma yapmak, ağır mesleki suçlar teşkil eder.
- 4) Halk lehine iyi niyet taşımak ve göstermek, mesleki vazifelerin temelini teşkil eder. Neşri sırasında doğru olmadığı açık surette görülen yanlış haberlerin, onu neşredenler tarafından derhal hakikatin yayınlanması suretiyle tashihi mecburidir. Doğruluğu teyit edilmemiş bütün rivayet ve haberler bu kayıtla neşredilmelidir.
- 5) Bir gazeteci, ancak haysiyet ve vakarını, ta-raftsızlığını ispat edebileceği bir vazifeyi kabul etmelidir.
- 6) Bir haber ya da yorumun muharriri, yazısının doğruluğunu garanti ettiğini belirtmedikçe, onun mesuliyetini taşır.
- 7) Herkesin namus ve itibarına hürmet etmek icap eder. Bir kimsenin şeref ve şöhretini zedeleyecek şekilde hususi hayatıyla ilgili haberler ve yorumlar yapmak yasaktır. Yalnız memleket ve amme menfaatine yapılan bu çeşit

neşriyat, bu yasağın dışındadır. Bir kimsenin itibarını zedeleyecek böyle bir haber yayımlandığı takdirde, bu neşriyatta bahis konusu olan kimsenin, yapılan neşriyata cevap vermesine müsaade edilmelidir.

8) Yabancı bir memleketteki hadiselerin tasvir ve tahlili, ancak bu memleketler hakkında, sahih ve tarafsız bilgilere sahip gazeteciler tarafından yapılmalıdır.

9) Gazeteci, bir haberi ya da fotoğrafı almak için, namus-karane usullere başvurmalıdır.”

11.5. Basında Uzlaşma Deklarasyonu

Yazılı sözlü ve görüntülü basın (medya) dünyamızı kendi alanlarında temsil yetkisine sahip biz aşağıda imzası bulunan gazeteciler, Basın Konseyi'nin çağrısı üzerine bir araya gelerek üzerinde uzlaştığımız ilkeleri kamuoyuna saygıyla arz ederiz:

“1) Halkın doğru haber alma ve gerçekleri öğrenme hakkı varlığımızın birinci nedenidir. Bu, aynı zamanda demokratik sistemin varlığının da temel şartıdır.

2) Türk basını son yıllarda, Türk toplumunu derinden sarsan birçok karanlık olayı ve yolsuzluğu su yüzüne çıkarmada şerefli bir görevi yerine getirdiğinin bilincindedir. Bu görevin basın dünyamıza sağladığı saygınlığın, meslek içi kavgalar, çekişmeler ve karalamalarla bozulmaması için gereken dikkati göstermek hepimizin görevidir.

3) Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleğinin, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilmesi, kesinlikle karşı olduğumuz ve olacağımız bir husustur.

4) Yayınlarımızda hiç kimseyi ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınamaya hakkımız olmadığına inandığımız;

5) Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan

kaçınacağımız;

6) İnsanların özel hayatına ve insanlık onuruna saldırı, hakaret ve iftira gibi davranışları kendi iç denetim mekanizmalarımız yoluyla önleyeceğimiz veya düzeltereğimiz, hukuk devletinin temel ilkelerine ve masumiyet karinesine özen göstereceğimiz;

7) Kendi aramızdaki rekabeti, ürün kalitesi dışına çıkarmayacağımız;

Birbirimizin promosyon kampanyaları konusunda kötüleme yoluna başvurmayacağımız;

Birbirimiz hakkında kamuoyunun bilmesi gereken ve haber niteliği taşıyan bilgileri vermeye devam edeceğiz;

8) Yanlış yayınlardan-kaynaklanan cevap ve düzeltme haklarının en hızlı ve en etkili bir biçimde kullanılmasına daha çok özen göstereceğimiz;

Herkes tarafından bilinmelidir.

9) Son zamanlarda kamuoyunda eleştirilere yol açan ve giderek basın (iletişim) özgürlüğünü istemeyen çevrelere de fırsat verecek hale gelen basın içi gerginliğine son vermeyi, hem mesleğimize, hem de kamuoyuna karşı bir borç saymaktayız.

Öneminin ileride daha iyi anlaşılacağından emin olarak vardığımız bu uzlaşmanın, diğer basın organlarının da imzasına açık olduğunu belirtmekte ve uzlaşmanın kalıcı olması için Basın Konseyi'nin gereğinde kendiliğinden harekete geçmesini ve aldığı kararı kamuoyuna açıklamasını kabul etmekteyiz.

Keza bu uzlaşma modelinin, toplumun bütün kurumları arasında yaygınlaşmasının, kritik günler yaşayan ülkemiz açısından son derece önemli olduğu görüşündeyiz.

Çağdaş demokrasi ve ülkemizin özel şartları, medya-ya eskisinden daha önemli görevler yüklüyor. Bu bilinçle sorumluluklarımızı kabulleniyor ve bunların gereğini

yerine getirmek için tüm gücümüzü ve olanaklarımızı kullana-cağımızı ilan ediyoruz.”

(31 Ocak 1994)

İmzalayanlar:

“Anadolu Ajansı (Mehmet Muhsinoğlu - Gen. Md. Yrd.), ATV (Ercan Arıklı - Yönetim Kurulu Üyesi), Basın Konseyi (Oktay Ekşi - Basın Konseyi Başkanı), Hürriyet Gazetesi (Ertuğrul Özkök - Gen. Yayın Yön.), Kanal D (Adem Gürses - Gen. Md.), Milliyet Gazetesi (Umur Talu - Gen. Yayın Yön.), Sabah Gazetesi (Zafer Mutlu - Gen. Yayın Md.), Türkiye Gazetesi - TGRT (Prof. Dr. Nevzat Yalçıntaş - Başkanışman), TRT (Nevzat Avcı - Gen. Md. Yrd.), Zaman Gazetesi (Alaeddin Kaya - İmtiyaz Sahibi ve Naci Tosun Gen. Md.) ve Basın Konseyi Yüksek Kurulu Üyeleri: (Doğan Heper (İkinci Başkan), Kenan Akın, Orhan Birgit, Gencay Gürün, Doğan Kasaroğlu, Turgut Kazan, Baki Özilhan, Namık Kemal Şentürk, Aykan Uzoğuz.)”
Bildiriye daha sonra Show TV de katılmıştır.

11.6. Basın İlan Kurumu Basın Ahlak Esasları (1994)

195 sayılı Basın İlan Kurumu Yasası'nın 49. Madde-si'nde yer alan, Basın Ahlak Esasları'na ilişkin, 18 Kasım 1994 tarih ve 129 sayılı karar şöyledir:

Madde-1 Bir kamu hizmeti olan gazetecilik, kişisel ya da ahlaka aykırı amaç ve çıkarlara alet edilemez ve kamu yararına aykırı bir şekilde kullanılamaz. Haberlerde ve olayların yorumunda, gerçeklerden; saptırma, çarpıtma ya da kısaltma yoluyla amaçlı olarak ayrılınmaz. Doğruluğu kuşku uyandırabilen ve araştırılması gazetecilik imkanları içinde bulunan haberler, araştırılıp, doğruluğuna emin olunmadan yayımlanamaz. Bu hizmetin görülmesinde aşağıdaki Basın Ahlak Esasları'na uyulur.

a) Devlet'in ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü

ve Cumhuriyet'in insan haklarına dayalı, demokratik, laik, hukuk devleti niteliği, Atatürk ilke ve inkılapları ve Anayasa'nın 174. maddesinde yazılı "İnkılap Kanunları" aleyhine yayın yapılamaz.

b) Haberler hukuka aykırı yollardan elde edilemez ve yayımlanamaz.

c) Hiç kimse, suçlu olduğu kesin yargı kararıyla belirtilmedikçe, suçlu olarak ilan edilemez; soruşturma ve yargılamanın doğal ve yasal akışını, özellikle hakimlerin kararını etkileyecek beyan ve yorumlarda bulunulamaz.

ç) Suça tahrik ya da teşvik edecek ve suç ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz.

d) Şiddet ve terörü özendirerek; uyuşturucu maddeler ve her türlü örgüt suçları ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz.

e) Küçüklerin ve gençlerin toplum içinde, kişiliklerinin gelişmesini ve korunmasını olumsuz etkileyecek ya da onlara yönelik cinsel tacize teşvik eden ve şiddeti özendiren yayın yapılamaz.

f) Kadınların, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel alanlardaki bütün hak ve yetkilerden eşit olarak yararlanmasını engellemeyi özendiren, kadın-erkek ayrımcılığını öngören, kadını sadece bir "cinsel nesne" olarak gösteren yayınlar yapılamaz.

g) Gazete ve dergiler, verdikleri yanlış bilgilerden dolayı, yollanacak cevap ve düzeltme metinlerini, bunların gönderilmesinde sebep olan yazının etkisini bütünüyle gidecek şekilde, en kısa zamanda yayımlar.

ğ) Gazete ya da dergiler, kadro, baskı, dağıtım ya da fiili satış miktarı konusunda yanlış ya da yanıltıcı bilgi veremez.

h) Ahlaka aykırı yayın yapılamaz.

ı) Kişi, kurum ve toplum katmanlarına yönelik yayınlarda,

eleştiri sınırlarını aşan aşağılayıcı sözcükler kullanılamaz; hakaret edilemez, sövülemez, iftira ve haksız isnat yapılamaz.

i) Kamu yararını ilgilendirmeyen durumlarda, bireylerin özel hayatlarının gizliliği ihlal edilemez.

j) Din istismar edilemez.

k) Yayınlarda hiç kimse, ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları sebebiyle kınanamaz, aşağılanamaz. Vicdan, düşünce ve anlatım özgürlüklerini hukuka aykırı şekilde sınırlayıcı sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.

l) Haber başlıklarında, haberin içeriği saptırılamaz ve çelişki yaratılamaz.

m) Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur, kendisine verilen sırları ve kaynağını açıklayamaz.

n) İlan ya da reklam niteliğindeki haber, resim ve yazıların, tereddüde yer bırakmayacak şekilde ilan ya da reklam olduğu belirtilir.

Madde-2 Gazete ve dergilerin, Basın Ahlak Esasları'na, aykırı davrandığına ilişkin ihbar ve şikayetler, kendilerini ilgilendiren hallerde gerçek ve tüzel kişilerce, genel olarak da 195 Sayılı Kanun'un 5. maddesinde temsili öngörülen kurum ya da kuruluşlarca Basın İlan Kurumu Yönetim Kurulu'na yapılır.

Yönetim Kurulu gerekli görürse, söz konusu aykırılığı doğrudan doğruya da ele alabilir.

Madde-3 Bir yazı, haber, resim ve benzeri yayının, Basın Ahlak Esasları'na aykırı olduğu yolundaki başvurular, yayın tarihinden itibaren (30) gün içinde yapılmamış ise dikkate alınmaz. Süresi içinde yapılan başvurular, Genel Müdürlükçe ilgili gazeteye tebliğ edilerek, (10) gün içinde savunmalarını vermesi istenir. Süresi içinde savunma verilmezse, savunma hakkından vazgeçilmiş sayılır. Bu husus, savunma istemini içeren yazıda açıkça belirtilir.

Yönetim Kurulu, süresi içinde yapılan başvurular hakkında, savunmanın geldiği ya da savunma hakkından vazgeçilmiş sayıldığı tarihten itibaren (60) gün içinde kesin kararını verir.

Yönetim Kurulu'nun doğrudan doğruya ele aldığı aykırılıklar hakkında, aynı hükümler uygulanır.

Aynı konuda yargı organlarına başvurulmuş olması, Yönetim Kurulu'nun incelemesini ve karar vermesini etkilemez.

Madde-4 Gazete ve dergilerin, Basın Ahlak Esas-ları'na uymadıkları, Yönetim Kurulu'nca, kendiliğinden ya da başvuru üzerine tespit edildiğinde, 195 Sayılı Kanun'un 49. maddesinin (a) bendi uygulanır.

Madde-5 Yönetim Kurulu, gazete ve dergilerin, Basın Ahlak Esasları'na uyup uymadıklarına karar vermeden önce, gerekli görürse bir ya da daha çok uzmanın görüşünü alabilir.

Uzman ya da uzmanlar, 10 yıllık sarı basın kartı sahibi gazeteciler ve tercihen Basın İlan Kurumu'nda temsil edilen fakültelerin öğretim üyeleri arasından seçilir.

Madde-6 Resmi Gazete'nin 09.06.1964 tarihli ve 11723 sayılı nüshasında yayımlanan, 20.05.1964 tarihli ve 25 numaralı Basın İlan Kurumu Genel Kurul karar ile ek ve tadilleri yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçici madde- Bu kararın Resmi Gazete'de yayımlanmasından önce işlenmiş fiillere, 25 numaralı Basın İlan Kurumu Genel Kurul kararı ile ek ve tadilleri uygulanır.

Madde-7 Bu karar Resmi Gazete'de yayımlandığı tarihte yürürlüğe girer.

Yayıncılık Etik İlkeleri

RTÜK ve Televizyon Yayıncıları Derneği'nin (TVYD) işbirliğiyle yürütülen çalışmalar sonucu hazırlanan "Yayıncılık Etik İlkeleri", RTÜK Başkanı Zahid Akman ve TVYD Başkanı Oktay Alptürk'ün katıldığı törenle 3 Temmuz 2007 tarihinde imzalandı.

Conrad Otel'de düzenlenen imza töreninde bir konuşma yapan Akman, RTÜK olarak bu denetim faaliyetlerinin RTÜK dışında kurumlar tarafından bir özdenetime dönüştürülerek gerçekleştirilmesi çalışmalarını öteden beri benimsediklerini ve desteklediklerini bildirdi.

Medyanın ve özellikle radyo ve televizyonların kamuoyunda daha güvenilir kuruluşlar haline gelmesinin en önemli yolunun bu etik ilkelere uyulmaktan geçtiğine inandıklarını belirten Akman, yapılan bu çalışmalar sırasında dünyada özellikle Avrupa'da birçok uygulamaya bakıldığını da dile getirdi.

Akman, konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Ülkemizde de aslında medya etiğiyle ilgili her kuruluşun kendine ait kendine has kuralları var. Fakat belki dünyada ilk defa bütün bir ülkenin yayıncılarının altına imza attığı böyle ilkeler bütünü yok.

Bizim yaptığımız araştırmalarda böyle bir çalışmaya rastlamadık. İlk defa Türkiyemiz'de tüm yayın kuruluşları bir araya gelerek bir etik ilkeler bütününe altına imza atıyorlar ve kamuoyu önünde bu ilkelere uyacaklarını deklare ediyorlar.

Biz bu çalışmayı son derece önemsiyoruz. Tabi bu çalışmaya imza atmak ve bunlara burada uyacağımızı söy-

lemek bu çalışmanın sonu anlamına gelmiyor. Bu ilkelere uymanın nasıl mümkün olabileceği çalışması ayrı ayrı yapılacak.”

Akman'ın konuşmasının ardından sanatçı Kenan Işık, 12 maddeden oluşan “Yayıncılık Etik İlkeleri”ni okudu. Medya kuruluşlarının altına imza attığı bildiride şu ilkelere yer veriliyor:

“Biz Türk radyo ve televizyon yayıncıları, yayıncılığın toplumsal öneminin ve sorumluluğunun bilincinde olarak aşağıda yer alan ilkelere bağlılığımızı ilan ederiz.

- İnsan onuruna, temel hak ve özgürlüklere saygılı olmak,
- İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı çerçevesinde, olay ve olguları doğru, tarafsız ve eksiksiz yayınlamak,
- Yayıncılığı haksız amaç ve çıkarlar doğrultusunda kullanmamak,
- Çok sesliliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına önem vermek,
- Yayınlarda ırk, renk, dil, din ve cinsiyet ayrımcılığına, aşağılama ve ön yargılara yer vermemek,
- Kişi ve kurumların cevap ve düzeltme haklarına saygılı olmak,
- Toplumda korku ve infial yaratabilecek olaylar karşısında ve kriz zamanlarında sağlıklı davranmak,
- Şiddeti teşvik etmemeye ve meşrulaştırmamaya özen göstermek,
- Özel hayata ve mahremiyete saygılı olmak
- Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesnelleştirmekten kaçınmak,
- Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek,
- İzleyicilerin ve dinleyicilerin gereksinim, beğeni ve hassasiyetlerine önem vermek.”

12. BASIN KONSEYİ

Basını, radyoyu ve ekranı yönetenler devleti yönetir.

Learned Hand

1986 yılında, Oktay Ekşi, Hasan Cemal, Güneri Cıvaoğlu, Yalçın Doğan, Teoman Erel, Orhan Erinç, Yurdakul Fincancı, Güngör Mengi ve Rauf Tamer, bir çalışma grubu oluşturarak “Daha özgür, daha saygın bir basına kavuşmak isteyen gazetecilerin, kendi özgür iradeleriyle bir araya gelmelerini sağlayan bir ortak zemine dayanarak, Türk basınının kendi kendini denetlemesi konusunda, batı demokrasisi içindeki ülkelerde başarılı örnekleri bulunan bir sistemi getirebilmek ve yaşatabilmek” amacıyla öneriler toplamaya başlamışlardır.

Bu çalışmalara İstanbul (Türkiye) Gazeteciler Cemiyeti ile İzmir Gazeteciler Cemiyeti temsilciler göndererek katkıda bulunmuştur. Türkiye Gazeteciler Sendikası Başkanı Oktay Kurtböke de kendisini ve sendikayı bağlamadan bu çalışmalara katılmıştır.

Hazırlanan “Basın Konseyi Sözleşmesi” ve “Basın Meslek İlkeleri” taslaklarına, 294 basın mensubunun eleştiri ve önerileri çerçevesinde, 1988 yılının Ocak ayında son biçim verilmiştir.

Basın Konseyi, 28 gazete, 22 dergi, 11 haber ajansı, 6 yayın kuruluşu ve 6 basın kuruluşu temsilcilerinin, Basın Konseyi Sözleşmesi’ni imzalamalarıyla 6 Şubat 1988’de kurulmuştur.

(Aksaray’da 17-18 Ağustos 1996 tarihlerinde yapılan Gazeteciler Cemiyetleri Başkanlar Konseyi toplantısında, “Gazeteciler Cemiyetleri’nin Basın Konseyi’nden istifa etmeleri”ne ilişkin karar alınmıştır. Bu karardan sonra üç büyük ilin Gazeteciler Cemiyetleri Konsey’den ayrılmış;

24 Cemiyet, Konsey üyeliğinden çekilmek için bir neden görmediklerini ifade etmişlerdir.)

12.1. Sözleşme

Basın Konseyi Sözleşmesi'nin 1. Maddesi'nde şöyle denilmektedir:

“Özgürlükçü bir demokratik sistemin temel taşı olan, ‘halkın gerçekleri öğrenme hakkı’ını savunmak; özgür ve sorumlu basın ve basın mensuplarının meslek uygulamalarını, özgür ve saygın bir basından beklenecek düzeyde sürdürmelerine yardımcı olmak üzere, bu amaçları ‘Basın Meslek İlkeleri’ şeklinde düzenleyip benimseyen gazetecilerin imzaladıkları bu sözleşmeyle bir Basın Konseyi kurulmuştur.”

12.2. Basın Konseyi'nin yapısı

Basın Konseyi'nin kuruluşunda 3'üncü organ olarak var olan “Temsilciler Kurulu”, 15 Mart 1997 günü yapılan 10. Genel Kurul toplantısında kaldırılmıştır.

Buna karşılık Basın Konseyi Üyeler Kurulu'nun kapsamı genişletilmiş, böylece Basın Konseyi'nin tüm üyelerine Yüksek Kurul seçimlerinde oy hakkı verilmiştir.

Aynı değişiklikle, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun da kapsamı genişletilmiştir.

Sözleşmenin 2. Maddesi'nin son biçimi şöyledir:

“Basın Konseyi'nin organları:

- 1) Basın Konseyi Üyeler Kurulu (BKÜK),
 - 2) Basın Konseyi Yüksek Kurulu'dur. (BKYK),
- Basın Konseyi'nin bir Genel Sekreteri ve Genel Sekreter'e bağlı, yeterli elemanlardan oluşan bir bürosu vardır.”

12.3. Üyeler Kurulu (BKÜK)

Sözleşmenin, 15 Mart 1997 tarihinde değiştirilerek

kapsamı genişletilen, Basın Konseyi Üyeler Kurulu (BKÜK) ile ilgili 3. Maddesi'nde, 22 Nisan 2000 tarihinde yapılan değişiklikle, "üyelerin basın kartı sahibi olma ve bir sözleşme ile çalışma" koşulu kaldırılmıştır.

Aynı tarihteki bir başka değişiklikle de okuyucu kesimini temsilen, Basın Konseyi Yüksek Kurulu tarafından seçilenlerin sayısı 30'dan 40'a yükseltilmiştir.

Bu arada, 23 Mart 2002 tarihli değişiklikle de "internet gazeteciliği yapan siteler" madde kapsamına alınmıştır.

5 Mart 2007 tarihinde yapılan değişiklikle ise söz konusu 40 kişinin görev süreleri 3 yıl olarak belirlenmiştir.

Bu değişikliklerden sonra 3. Madde şu biçimi almıştır: "Basın Konseyi Üyeler Kurulu;

1. Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ne Katılım Belgesi'ni imzalamış olan:

A- Gazetecilerle,

B- Basın Meslek İlkeleri'ne uymaya söz verdiğini kamuoyuna beyan etmiş sözlü, yazılı, görüntülü basın ve yayın organları ile internet gazeteciliği yapan sitelerin sahipleri veya genel müdürleri veya temsilcilerinden,

C- Gazetecilik işkoluna mensup işçi veya işveren sendikalarının başkanlarından veya temsilcilerinden,

D- Gazetecileri temsil eden derneklerin veya bu nitelikte dernekler arasında kurulmuş birlik, federasyon ve konfederasyonların başkanlarından veya temsilcilerinden,

2. Katılım Belgesi'ni imzalama koşuluna bağlı olmaksızın:

A- Türkiye Barolar Birliği Başkanı veya Birlikçe gönderilen temsilciden,

B- En çok üyeye sahip işçi ve işveren sendikaları

konfederasyonlarının başkan veya temsilcilerinden,

C- İletişim Fakülteleri'nin dekanları veya temsilcilerinden,

D- Okuyucu kesimini temsilen, Basın Konseyi Yüksek Kurulu tarafından 3 yıl için seçilen 40 kişiden oluşur."

Yüksek Kurul, boşalanın yerine, onun süresini dolduruncaya kadar görev yapacak isimleri belirler.

12.4. Dördüncü Madde

Sözleşmenin 15 Mart 1997 tarihinde, ifade biçimi değiştirilen 4. Maddesi, “Basın dışından seçilen üyeler hariç, Basın Konseyi’nin üyesi olmayan hiçbir kişi, organ veya kuruluş, Basın Konseyi’nin herhangi bir organında temsil edilemez ve görev alamaz.” hükmünü içermektedir.

12.5. Basın Dışı Üye Sayısı

Sözleşmenin 5. Maddesi, 28 Şubat 1998 tarihli olağan üyeler kurulu toplantısında yapılan değişiklikten sonra, 22 Nisan 2000 tarihinde yeniden değiştirilerek basın dışı üye sayısı 6’dan 8’e yükseltilmiştir.

Aynı maddede 23 Mart 2002’de gerçekleştirilen değişiklikle bu kez basın dışı üye sayısı 8’den 10’a, 15 Mart 2006’daki değişiklikle de 10’dan 12’ye yükseltilmiştir.

Maddenin son biçimi şöyledir:

“Basın Konseyi Üyeler Kurulu, kendi üyeleri arasından (2’si Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa ve Adana dışında kalan yörelerdeki yazılı, sözlü ve görüntülü basın organlarının, fiilen mahallinde çalışan mensupları içinden olmak üzere) 8 basın mensubu ile 12 basın dışı üyeyi, Basın Konseyi Yüksek Kurulu’na seçer. Seçim gizli oyla yapılır.”

12.6. Üyeler Kurulu Toplantısı

Sözleşmenin 6. Maddesi şöyledir:

“Basın Konseyi Üyeler Kurulu, Konsey Başkanı’nın başkanlığında toplanır.

Basın Konseyi Üyeler Kurulu’nun olağan toplantıları yılda bir kere yapılır. Bu toplantıda, Genel Sekreter, Basın Konseyi’nin çalışmaları hakkında Üyeler Kurulu’na bilgi

sunar.

Kurul, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun, görüşülmesine ihtiyaç duyduğu veya en az 10 üyenin önerisi üzerine gündeme alınmasına karar verilen konuları inceler ve görüşlerini kamuoyuna duyurur.

Basın Konseyi Üyeler Kurulu, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun, 'Basın Meslek İlkeleri'ne ilişkin işlemleri ve kararları' üzerinde görüşme yapamaz.”

12.7. Basın Konseyi Yüksek Kurulu (BKYYK)

Sözleşmenin, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun (BKYYK) oluşumuna ilişkin 7. Maddesi, 15 Mart 1997, 28 Şubat 1998, 22 Nisan 2000, 23 Mart 2002 ve 15 Mart 2006 tarihli değişikliklerden sonra şu biçimi almıştır:

“Basın Konseyi Yüksek Kurulu şu üyelerden oluşur:

- a) Basın Konseyi Üyeler Kurulu'nca 8'i basın mensubu 12'si basın dışından olmak üzere seçilmiş 20 üye,
- b) Günlük net satış ortalaması 100 binin üstündeki basın organlarının sahipleri veya belirleyecekleri, faal gazetecilik yapan bir temsilci,
- c) Günlük net satış ortalaması 100 binin üstünde olan yazılı basın organlarından en az 5'ine veya ulusal çapta yayın yapma iznine sahip sözlü veya görüntülü en az iki basın organına makul bir bedel karşılığında, kendi ürettiği yazılı, sesli veya görüntülü haberlerle servis yapan ajansların sahipleri veya belirleyecekleri, faal gazetecilik yapan bir temsilci,
- d) Ulusal çapta yayın yapma iznine sahip sözlü ve/veya görüntülü basın organları ile günlük asgari izlenme sayısı Basın Konseyi Yüksek Kurulu tarafından kabul edilen ölçütle belirlenen internet gazetelerinin sahibi veya genel müdürü veya temsilcisi,
- e) Basın Konseyi Dayanışma ve Geliştirme Vakfı'nın

Başkanı,

f) Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ne katılan basın kuruluşlarından, en çok üyeye sahip üç Gazeteciler Cemiyeti'nin Başkanı veya Yönetim Kurulu'nca seçilen temsilcisi,

g) En çok üyeye sahip Gazeteciler Sendikası'nın Başkanı veya Yönetim Kurulu'nca seçilen temsilcisi,

h) Basın işverenlerini temsil eden dernek veya sendikalarından (yazılı, sözlü veya görüntülü basın organlarının sahiplerini temsil eden ayrı dernekler varsa her biri ayrı kategori sayılır) Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nca belirlenen kuruluşun başkan veya temsilcisi,

i) İşbu maddenin (B), (C) ve (D) bentlerine göre BKYYK'ne üye gönderme hakkı, aynı yayın grubuna dahil basın organlarından yalnız biri tarafından kullanılır.

'Aynı yayın grubu'na ilişkin ölçütleri, Basın Konseyi Yüksek Kurulu belirler. Kazanılmış haklar saklıdır.'

12.8. Başkan

Sözleşmenin 8. Maddesi şöyledir:

"Basın Konseyi Yüksek Kurulu Üyeleri, kendi aralarından gizli oyla bir Başkan ve İkinci Başkan seçer. Basın Konseyi'ni Başkan temsil eder. Başkan'ın bulunmadığı zamanlarda İkinci Başkan, o da yoksa Genel Sekreter temsil eder."

12.9. Şeref Başkanı

15 Mart 1997 ve 22 Nisan 2000 tarihlerinde iki kez değiştirilen 9. Madde 7 Nisan 2001 tarihli değişikliklerle şöyle olmuştur:

"BKYYK, bir gazeteciyi "Şeref Başkanı" seçebilir.

12.10. Yüksek Kurul'un Seçilmiş Üyeleri

15 Mart 1997 tarihinde değiştirilen 10. Madde şoyledir: “Basın Konseyi Yüksek Kurulu’nun seçimle gelen üyelerinin görev süresi 3 yıldır. Süresi biten ye yeniden seçilebilir.

BKYK, st üste 3 toplantıya katılmadığı için ayrılmış sayılan veya bir başka sebeple süresi bitmeden boşalan üyeliklerin yerine, Basın Konseyi yeler Kurulu’nun ilk olağan toplantısına kadar görev yapmak üzere, yeler Kurulu yeleri arasından gizli oyla seçim yapar.”

12.11. BKYK’nin Görevleri

Sözleşmenin, “Basın Konseyi Yüksek Kurulu’nun Görevleri”ne ilişkin 11. Maddesi’nin ilk metni, 15 Mart 1997, 28 şubat 1998, 22 Nisan 2000, 23 Mart 2002 ve 12 Nisan 2003 tarihlerinde değiştirilerek şöyle düzenlenmiştir.

“Basın Konseyi Yüksek Kurulu’nun görevleri şunlardır:

- a) İletişim (Basın) zgrlğnn genişlemesine ve gerçekleşmesine çalışmak,
- b) Basının saygınlığını korumak,
- c) Basın mesleğinin, ahlaka aykırı özel çıkarlara alet edildiğine ilişkin olarak yazılı, sözlü, görüntülü veya internet gazeteciliği yapan basına topluca yöneltilen iddiaları, başvuru beklemeden araştırmak,
- d) BKYK yelerinden birinin veya Genel Sekreter’in, ‘Basın Meslek İlkeleri’nin ihlali’ niteliğinde görerek, ele alınmasını istediği konuları karara bağlamak,
- e) Basın Meslek İlkeleri yönünden incelenmesi yahut Basın Konseyi’nin el koymasını, basın (medya) yoluyla istenen ve Konsey’in işleviyle uyumlu olan olayları ayrı bir başvuru beklemeden ele almak.
- f) Gazetecilik görevini Basın Meslek İlkeleri’ne aykırı şekilde yaptığı yolundaki bir suçlama nedeniyle durunun irdelenmesini isteyen gazetecilerin ve/veya basın

organlarının başvurularını karara bağlamak.

g) Halkın Gerçekleri Öğrenme Hakkı'na ve İletişim (Basın) Özgürlüğü'ne yönelik tehditleri izlemek, değerlendirmek

ve gereğinde Üyeler Kurulu'nu toplantıya çağırarak,

h) Yayın öncesine ve yayına ilişkin meslek uygulamaları hakkındaki şikayetleri karara bağlamak,

i) Katılma Belgesi'ni bizzat imzalayan veya sahibi yahut genel yayın yönetmeni tarafından imzalanmış bir basın organında çalışanlardan;

-Basın mesleğini ahlaka aykırı özel çıkarlara alet edenlerin,

-Basının saygınlığını zedeleyici nitelikteki yayınlarda ısrarı alışkanlık haline getirenlerin -varsa- Basın Konseyi ile ilişkilerini kesmek,

j) Üye basın kuruluşlarına, Basın Konseyi Genel Sekreteri ile yakın ilişki içinde çalışmak üzere, kurulu oldukları yörede Basın Konseyi'ni temsil yetkisi vermek ve bunların görev alanlarını belirlemek,

k) Basınla ilgili araştırmalar yapmak ve yayımlamak,

l) Bu sözleşmenin verdiği ve Yüksek Kurul'un oy birliğiyle uygun gördüğü diğer görevleri yerine getirmek.”

12.12. Karara Bağlama Süresi

Sözleşmenin 12. Maddesi de 28 Şubat 1998 ve 22 Nisan 2000 tarihlerindeki değişikliklerle (son değişiklikle “Vaat Mektubu” verme zorunluluğu kaldırılmıştır) şöyle oluşturulmuştur:

“BKYYK, hakkında Basın Meslek İlkeleri'ne aykırı hareket ettiği iddiasıyla ve usulüne uygun şekilde Basın Konseyi'ne şikayette bulunmuş olan gazeteciler ve (yazılı, sözlü, görüntülü) basın organlarının uygulamalarını değerlendirerek karara bağlar. Şikayetler, başvuru tarihinden itibaren en çok iki ayda karara bağlanır.”

12.13. Başvuru Biçimi

Sözleşmenin 13. Maddesi, 28 Şubat 1998 tarihinde şöyle değiştirilmiştir:

“BKYYK’nin, Basın Meslek İlkeleri’nin ihlaliyle ilgili bir konuyu ele alabilmesi için, herhangi bir kişinin, şikayete değer bulduğu konu hakkında, Basın Konseyi’ne usulüne uygun bir şekilde başvurması şart ve yeterlidir.”

12.14. Ondördüncü Madde

Sözleşmenin 14. Maddesi şöyledir:

“Belli bir meslek yahut toplum kesimini temsil etme yetkisine sahip kuruluşların, o kesimle ilgili başvurusu da dikkate alınır.”

12.15. Kararlar

Sözleşmenin 15. Maddesi şöyledir:

“Çalışma, dosyaları inceleme, görüşme yapma ve karara bağlama usullerini, BKYYK kendisi tespit eder.”

12.16. BKYYK Toplantı Üye Sayısı

Sözleşmenin 16. Maddesi, 26 Şubat 1998, 22 Nisan 2000 ve 23 Mart 2002 tarihli değişikliklerle “BKYYK’nin, üyelerinin en az üçte birinin katılımıyla toplanacağı” koşulu, “en az 9’unun katılımıyla” şekline dönüştürülerek şöyle düzenlenmiştir:

“BKYYK, en az 9 üyenin katılımıyla toplanır. Kararlar mevcudun çoğunluğuyla alınır. Her üyenin bir oy hakkı vardır. Oylar sadece sahibinin kendi kanaatini yansıtır. Çekimser oy kullanılmaz.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu kararları kesindir. Ancak ilk incelemede maddi hata yapıldığı veya şikayetçi ile şikayet edilenin sunduğu bir kanıtın değerlendirilmediği

gerekçesiyle kararın, ilanından başlayarak 15 gün içinde, olağanüstü itiraz yoluna gidilebilir.

Başkan, 2. Başkan ve Genel Sekreter'den oluşan bir kurul, itirazla ilgili raporunu Yüksek Kurul'a sunar. İtirazla ilgili raporun görüşüldüğü Yüksek Kurul Toplantısı'na ilgili taraflar davet edilir. Katılan taraf/lar dinlendikten sonra Yüksek Kurul değerlendirmesini yapar. Yüksek Kurul tarafından verilen ilk karar, toplantıya katılanların en az 2/3'ünün oyuyla değiştirilebilir.”

12.17. Görüşmelerin ve Oylamanın Gizliliği

Sözleşmenin 17. Maddesi şöyledir:

“BKYYK görüşmeleri ve oylamalarla ilgili her husus, aksine karar verilmedikçe gizlidir. BKYYK gerekli görür veya taraflardan talep gelirse, ilgilileri dinler, tanık çağırabilir. Genel Sekreter'in tarafları uzlaştırmak üzere başvuruyu sonuçlandırması, BKYYK'nin konuyu ele almasına engel değildir.

BKYYK'nin uzlaşmayla sonuçlanan konuya ilişkin görüş ve kararı da öteki kararları gibi kamuoyuna duyurulabilir.”

12.18. Şikayeti Yersiz Bulma, Uyarma, Kınama

Sözleşmenin 18. Maddesi, 28 Şubat 1998, 22 Nisan 2000 ve 23 Mart 2002 tarihli değişikliklerden sonra şöyle oluşturulmuştur:

“BKYYK, yapılan başvurular nedeniyle basın mensupları ve/veya basın organları hakkında ‘şikayeti yersiz bulma’, ‘uyarma’ veya ‘kınama’ kararı alabilir.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun başvuru beklemeden ele aldığı konularla gazeteciler tarafından kendi mesleki uygulamalarını savunmak amacıyla yapılan başvuruların değerlendirmesinde yukarıdaki sınırlama dışına çıkılabilir.”

12.19. BKYK Kararları

Sözleşmenin 19 Maddesi'nin ilk metni, 15 Mart 1997'de değiştirilerek şu hale getirilmiştir:

“BKYK kararları, Basın Konseyi üyesi tüm basın organlarıyla basın kuruluşlarına gönderilir. Basın organlarının kendileriyle ilgili kararları yayımlamaları, Basın Meslek İlkeleri'ne uyma yönündeki taahhütlerinin gereği sayılır.”

12.20. Son Hükümler

20. Madde

Sözleşmenin 20. Maddesi şöyledir:

“Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ni imzalayan yazılı basın organları, ‘Bu... (gazete, ajans, dergi vb...) Basın Meslek İlkeleri'ne uymaya söz vermiştir’ şeklinde bir ibareyi, (ve mümkünse Basın Konseyi Amblemi'ni) basın organının her sayısında ve kolayca görülebilecek bir yerde yayımlar. Sözlü ve görüntülü basınla ilgili düzenlemeyi BKYK kararlaştırır.”

21. Madde

Sözleşmenin 21. Maddesi şöyledir:

“Basın Konseyi, basınla ilgili herhangi bir konuda her yıl en az bir bilimsel araştırma yaptırır.”

22. Madde

Sözleşmenin 22. Maddesi şöyledir:

“Basın Konseyi görevlilerinin nitelikleri, unvanları ve ücretleriyle BKYK üyelerine yapılacak ödemelerin miktarını, Genel Sekreter'in önerisi üzerine Başkan tespit

eder.

Görevlilerin işine son verme yetkisi Başkan'ındır."

23. Madde

Sözleşmenin 23. Maddesi'nin ilk metni, 15 Mart 1997, 28 Şubat 1998 ve 23 Mart 2002 tarihlerinde değiştirilerek şöyle oluşturulmuştur:

"Genel Sekreter, BKYK üyeleri dışından, Başkan'ın önerisi üzerine BKYK tarafından tayin edilmiş, tam gün çalışan, ücretli ve tercihen en az 10 yıl fiilen gazetecilik yapmış bir gazetecidir.

Genel Sekreter, Başkan'ın önerisi üzerine BKYK tarafından görevden alınabilir.

Genel Sekreter, Basın Konseyi'nin ve BKYK'nin düzenli şekilde çalışmasından ve Konsey amaçlarının gerçekleşmesinden sorumludur. Başkan'a ait olanlar dışındaki, idari yetkilerin tamamını Genel Sekreter kullanır."

12.21. Katılma Payları

Sözleşmenin 24. Maddesi'nin 3. Fıkrası'na, 23 Mart 2002 tarihinde yapılan değişiklikle "internet gazeteleri" ibaresi eklenmiştir.

Sözleşmenin 24. Maddesi şöyledir:

"Konsey'in gelirleri:

A) Katılma Payları:

1) Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ne katılan her basın organı, brüt fiyatının yıllık ortalamasının onda biri ile yıllık net satış ortalamasının günlüğe düşen miktarının çarpımı tutarında yıllık Katılma Payı öder. Yeni başvurularda Katılma Payı, yıl sonuna kadar, yukarıdaki ölçüt çerçevesinde aylık ortalama net satış rakamına dayalı avanslar şeklinde ödenir. Kesin hesap-

lama, katılma tarihinden yıl sonuna kadar olan dönem dikkate alınarak, yıl sonunda yapılır.

2) Haber ajanslarının yıllık Katılma Payları, 212 Sayılı Yasa'ya tabi kadrolu personel sayısı ile, bir önceki yıl sonunda uygulanan net asgari ücretin yüzde 25'inin çarpımı sonucu bulunacak miktarda Türk Lirası'dır.

3) Sesli ve görüntülü basın organlarının, internet gazetelerinin ve yayınevlerinin yıllık Katılma Payları, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nca objektif bir kritere göre belirlenir.

4) Üye gazeteciler derneklerinin ve sendikalarının yıllık Katılma Payları, bir önceki yıl sonunda uygulanan net asgari ücretin yüzde 10'undan fazla olmamak koşuluyla her yılın başında, Yüksek Kurul'ca belirlenecek birim payın, dernek veya sendika üye sayısı ile çarpılması sonucu elde edilecek miktardır.

5) Bireysel üyelerden sağlanacak katkılar,

B) Bağışlar,

C) Konsey'e gelir sağlamak amacıyla yapılacak faaliyet ve Basın Konseyi Dayanışma ve Geliştirme Vakfı gelirlerinden oluşur.”

12.22. Basın Meslek İlkeleri'nin Değiştirilmesi

Sözleşmenin 25. Maddesi, 15 Mart 1997 tarihli değişiklikten sonra şu hale getirilmiştir:

“Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'nin değiştirilmesi amacıyla, Basın Konseyi Üyeler Kurulu,

a) BKYK tarafından,

b) Bireysel üyelerden en az 50'sinin aynı gündemle yapacakları müşterek başvuru üzerine, toplantıya çağırılabilir.

Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'nin değiştirilmesi, Üyeler Kurulu'na katılan üyelerin üçte ikisinin kabul oyuyla mümkündür.”

12.23. Geçici Maddeler

Basın Konseyi Sözleşmesi'nin 6 geçici maddesi şöyledir:

Geçici Madde 1- Bu Sözleşmenin (gelirlerle ilgili) 24. Maddesi hükümleri 1995 yılı başından itibaren geçerlidir.

Geçici Madde 2- Sözlü ve görüntülü basın organlarıyla ilgili yayın ilkelerini belirleyen 20 Nisan 1994 tarih ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyon Kuruluş ve Yayınları hakkında kanun hükümleri saklıdır.

Geçici Madde 3- Basın Konseyi'ne 1 Ocak 1992 tarihinden önce üye olan basın kuruluşlarından o tarihteki üye sayısı 100'ü aşanlar da 9'uncu maddedeki "En çok üyeye sahip gazeteciler cemiyeti" statüsünden yararlanırlar.

Geçici Madde 4- Beşinci madde gereğince 2 yeni "basın içi" üyenin seçimi ilk olağan Üyeler Kurulu toplantısında yapılır. Bu üyelerin görev süresi, daha önce seçimi yapılmış 6 basın içi üyeninkiyle birlikte (2000 yılı'nda yapılacak Üyeler Kurulu olağan toplantısında) sona erer.

Geçici Madde 5- Yüksek Kurul tarafından 25 Mart 2006 tarihli Üyeler Kurulu toplantısına davet edilmek üzere belirlenen Okuyucu Temsilcisi 40 kişinin görev süreleri o tarihten sonraki üçüncü yılın Üyeler Kurulu toplantısında sona erer.

Geçici Madde 6- Üçüncü ve 16 ncı maddelerdeki değişiklikler 24 Mart 2007 tarihinden itibaren yürürlüğe girer.

12.24. Son Maddeler

Basın Konseyi Sözleşmesi'nin son 2 maddesi şöyledir:

Madde 26- Basın Konseyi Sözleşmesi'nin yukarıdaki metni, 12 Nisan 2003 tarihinde yapılan -ve bu metne işlenen- değişikliklerle birlikte, 12 Nisan 2003'ten itibaren

yürürlüktedir.

Madde 27- Basın Konseyi Sözleşmesinin 5 ve 7 nci maddelerinde 25 Mart 2006 tarihli Üyeler Kurulu toplantısında yapılan değişiklikler, kabul edildiği andan itibaren yürürlüğe girer.

12.25. Basın Meslek İlkeleri ve Önsözü'ndeki Değişiklikler Basın Konseyi Temsilciler Kurulu'nun 22 Nisan 1995 günü yapılan toplantısında da Basın Meslek İlkeleri'nin önsözü ve bazı maddeleri değiştirilmiştir.

Basın Meslek İlkeleri'nin önsözündeki ilk 4 paragrafta yer alan "basın özgürlüğü" ifadesi, "iletişim özgürlüğü"ne dönüştürülerek yeniden düzenlenmiştir.

Basın Meslek İlkeleri'nin 3. Maddesi, "Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleği, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez." iken, yapılan değişiklikle "Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez." şeklini almıştır. 12. Madde ise "Gazeteci mesleğin saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumla haber araştırmaktan sakınır." iken, "Gazeteci görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır." biçiminde değiştirilmiştir.

12.26. Basın Meslek İlkeleri Önsözü

Basın Konseyi Sözleşmesi'ni imzalayanların uymak zorunda oldukları "Basın Meslek İlkeleri" sıralanmadan önce sözleşmede şu önsöze yer verilmiştir:

"İletişim Özgürlüğü'nü ülkemizde insanca yaşamının, saydam bir yönetime kavuşmanın ve demokratik sistemin temel koşulu sayan biz gazeteciler;

Kanun koyucunun veya öteki kurum ve kişilerin, iletişim özgürlüğünü kısıtlamalarına, her zaman ve her yerde karşı

çıkacağıımıza kendi özgür irademizle söz vererek;
İletişim Özgürlüğü'nü, halkın gerçekleri öğrenme hakkının bir aracı sayarak;
Gazetecilikte temel işlevin, gerçekleri bulup, bozmadan, abartmadan, kamuoyuna yansıtmak olduğunu göz önünde tutarak;
Basın Konseyi'nin kendi çalışmaları üzerinde hiçbir dış müdahaleye izin vermeme kararlılığını vurgulayarak;
Yukarıdaki bölümü de içeren Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı, sözünü ettiğimiz temel inançlarımızın bir gereği saydığımızı kamuoyu önünde açıklarız.”

12.27. Basın Meslek İlkeleri

Basın Konseyi Sözleşmesi'nde, Basın Meslek İlkeleri şöyle sıralanmaktadır:

- “1. Yayınlarda hiç kimse; ırkı, cinsiyeti, sağlığı, bedensel özü, yaşı, 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.
3. Kamusal bir görev olan gazetecilik, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.
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.
6. Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olmaksızın yayımlanamaz.
7. Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayımlanamaz.

8. Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan, o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9. Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse 'suçlu' ilan edilemez.

10. Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11. Gazeteci kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın, kamuoyunu kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

12. Gazeteci, görevini, taşıdığı sıfatın saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumlarla yapmaktan sakınır.

13. Şiddet ve zorbalığı özendirici; insani değerleri incitici yayın yapmaktan kaçınılır.

14. İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.

15. Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.

16. Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar.”

12.28. Basın Konseyi Çalışma Kuralları

“Basın Konseyi Çalışma Kuralları ve Başvuruları Değerlendirme Usulleri”, 25 Eylül 2007 tarihinden itibaren, aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

İlkeler

Madde 1- a) İletişim (Basın) özgürlüğünü, insanca yaşamının ve saydam bir ortamda yönetilmenin temel koşulu sayarak yaşama geçirmek,

b) Özgür ve sorumlu bir basını, yaşamımızın ayrılmaz bir

parçası yapmak,

c) Basının (medyanın) ve basın mensuplarının meslek uygulamalarını, özgür ve saygın bir basından beklenecek düzeyde sürdürmelerine yardımcı olmak,

d) Gerek basın (medya) mensupları ile basın (medya) hakkında başkalarının, gerekse başkaları hakkında basın (medya) mensuplarının, Basın Konseyi'nin uğraş alanına giren şikayetleriyle ilgili karar almak amacıyla kurulan Basın Konseyi, aşağıdaki kurallara göre çalışır.

Organlar

Madde 2- Basın Konseyi'nin en yüksek karar organı, Basın Konseyi Üyeler Kurulu'dur (BKÜK).

Madde 3- Basın Konseyi Üyeler Kurulu, Basın Konseyi Sözleşmesi'nin belirlediği şekilde ve yetkilerle görev yapar.

Madde 4- Basın Konseyi Üyeler Kurulu'nun yetkisi dışında kalan tüm konularda, en yüksek karar organı Basın Konseyi Yüksek Kurulu'dur.

Görevler

Madde 5- a) İletişim (Basın) özgürlüğünün, çağdaş ve gelişmiş demokrasilerdeki kurallar ve ölçütlerle gerçekleşmesi ve kalıcı hale gelmesi için çalışmak,

b) Bu görevin gerektirdiği çalışmaları yapmak, önlemleri almak,

c) Yasa koyucunun veya öteki kurum ve kişilerin, iletişim özgürlüğünü kısıtlamalarına her zaman ve her yerde karşı çıkmak,

d) Halkın, gerçekleri öğrenme hakkının anayasal ve yasal bir kurum olarak yaşama geçmesini sağlamak,

e) Gerçekleri bulmanın ve bulunan gerçekleri bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmanın, gazeteciliğin temel ilkesi olduğu gerçeğini yaşama geçirmek,

f) Yukarıdaki hususları da içeren Basın Meslek İlkeleri'nin en geniş şekilde benimsenmesini ve uygulanmasını sağlamak, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun görevidir. Madde 6- Gazetecinin gerçeklere ulaşabilmesi için gerekli kolaylıklardan yararlanma; ulaştığı gerçeklerin kaynaklarını saklı tutma; bunlarla ilgili soruşturma ve yargılamalarda tanıklıktan kaçınma gibi hakları korumak, onun uğraşının ve işlevinin gereğidir. Basın Konseyi Yüksek Kurulu bunların gerçekleşmesine çalışır. Madde 7- Basının (medyanın) gerçekleri kamuoyuna yansıtma hakkını engellemeyi ve gerçekleri özgürce yorumlama hakkını sınırlandırmayı amaçlayan dolaysız ve dolaylı her türlü müdahale, Basın Konseyi açısından "İletişim (basın) özgürlüğünün haksız biçimde saldırıya uğraması" anlamına gelir.

İşleyiş

Madde 8- Basın Konseyi, iletişim (Basın) özgürlüğü ile ilgili konularda kendiliğinden; Basın Meslek İlkeleri'nin, "meslek uygulamaları"na ilişkin maddeleri ile ilgili konularda ise aksi belirtilmedikçe, usulüne uygun biçimde başvuru yapıldıktan sonra harekete geçer.

Madde 9- Basın Konseyi'ne yapılan başvurularla ilgili olarak Konsey'e intikal eden belge ve bilgiler, akademik çalışma nedeniyle Yüksek Kurul'un izin verdiği durumlar hariç hiçbir yerde kullanılmaz, hiçbir yere verilmez.

Madde 10- Basın Konseyi Yüksek Kurulu,

- a) Türkiye'de yayınlanan yazılı, sözlü ve görüntülü tüm basın (medya) organları,
- b) İnternet yayıncılığı yoluyla hizmet veren tüm kitlesele iletişim organları,
- c) Bir kuruma bağlı olmaksızın gazetecilik yapanların yayınları,

d) “Gazetecilik” yapanların meslek uygulamaları,
e) Yukarıdaki kapsam içinde kalan gazeteci ve kitlesel iletişim organları tarafından başkalarının (örneğin kamu kurumlarının veya yetkililerinin), gazeteciler ve basın (medya) organları ile ilgili uygulamaları ve suçlamalarına ilişkin başvuruları hakkında karar verir.

Madde 11- Başvurular en geç iki ayda karara bağlanır. Bu süre aşılsa konu başvuru sahibi tarafından Basın Konseyi Üyeler Kurulu’na getirilebilir.

Madde 12- Basın Konseyi Yüksek Kurulu, basın (medya) mensupları ve basın (medya) organları hakkındaki başvuruları, Basın Meslek İlkeleri’nin “mesleki uygulamalara” ilişkin maddeleri bağlamında değerlendirir. Basın (medya) mensuplarının basın dışındaki kişi ve kurumlara ilişkin başvuruları bu kayda tabi değildir.

Madde 13- Basın Konseyi’nin bir şikayeti ele alması için, herhangi bir kimsenin Türkiye’de yapılan herhangi bir yayın veya böyle bir yayında görev yapan herhangi bir gazetecinin meslek uygulaması hakkında, usulüne uygun şekilde başvuruda bulunması yeterlidir.

Madde 14- Basın Konseyi Genel Sekreteri’nin başvurularla ilgili temel görevi, başvuruyla ilgili konuyu barışçı bir sonuca ulaştırmaktır. Genel Sekreter bu amaçla tarafları uzlaştırmaya çalışır. Makul bir süre içinde sonuç alamazsa dosyayı, olayı anlatan ve kendi tavsiyesini de içeren bir raporla Basın Konseyi Yüksek Kurulu’na sunar.

Madde 15- Şikayet edilen basın mensubu veya basın (medya) organının yetkilisi, o konuda kendisinin de dinlenilmesini ve kanıtlarının dikkate alınmasını isteyebilir. Taraflardan birinin bu nitelikteki talebinin kabulü, diğer taraf için de aynı hakkı doğurur.

Madde 16- Basın Konseyi Yüksek Kurulu en az 9 üye ile toplanır. Kararlar oy çokluğuyla alınır. Her üyenin bir oyu

vardır. Oylar (varsa) temsil edilen kurumun değil, üyenin kendi kişisel kanaatini yansıtır. Çekimser oy kullanılamaz. Başkanın gerekli görmesi veya Yüksek Kurul üyelerinden birinin önerisinin kabul edilmesi halinde, oylama “gizli oyla” yapılır.

Madde 17- Basın Konseyi’ne başvuran kişi, Yüksek Kurul’un alacağı kararın kamuoyuna duyurulmamasını isteyebilir. İsteğin kabul edilip edilmemesi Basın Konseyi Yüksek Kurulu’na aittir.

Madde 18- Şikayetçi veya hakkında şikayette bulunulan basın (medya) organı veya gazeteci, Basın Konseyi Yüksek Kurul üyelerinden en çok üçünü, BKYYK’nın ilk toplantısından önce yazıyla reddetme hakkına sahiptir. Bu ret talebinin gerekçesi yoksa, istek dikkate alınmaz. Ret talebine hedef olan üye veya üyeler kendiliğinden çekilebilir. Aksi halde Yüksek Kurul, reddi istenen üye(ler)den o konuda bilgi aldıktan sonra, talebi kabul edip etmediğini, söz konusu üye veya üyelerin gıyabında karara bağlar.

Madde 19- Basın Konseyi Yüksek Kurulu Üyeleri, kendileriyle -geçici nitelikte bile olsa- iş veya dostluk yahut akrabalık ilişkisi olan kişi veya yayınlarla ilgili konuların incelenmesi, görüşülmesi ve karara bağlanması aşamalarına katılamazlar.

Böyle bir durumu Yüksek Kurul Üyesi’nin, peşin olarak açıklaması beklenir. Hangi iş ilişkisinin bu kapsamda sayılacağını, tereddüt halinde, Basın Konseyi Yüksek Kurulu mevcut diğer üyelerin oyu ile karar verir.

Madde 20- Basın Konseyi’ne başvuran kişinin şikayetinin gerekçesini ve Basın Meslek İlkeleri’nden hangilerinin ihlal edildiğine ilişkin görüşünü yazıyla ve açık bir biçimde ifade etmiş olması, ayrıca şikayete sebep olan yayın yahut olayla ilgili belgeleri şikayet yazısına eklemesi şarttır.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu, başvuru dışında ka-

lan konuları da Basın Meslek İlkeleri açısından ele alıp değerlendirilir.

Madde 21- Basın Konseyi Yüksek Kurulu, Genel Sekreter tarafından sunulan dosyanın, Basın Konseyi Sözleşmesi hükümlerine göre görüşülmeye müsait olup olmadığına ilişkin olumlu karar vermedikçe, o dosya üzerinde görüşme açılmaz.

Madde 22- Yüksek Kurul, dosyaları “Basın Meslek İlkeleri’ne aykırılık olup olmadığı” yönünden inceler ve karar verir.

Yüksek Kurul, sağlıklı bir sonuca ulaşmak için zorunlu olmadıkça, dosyada sözü edilen olayın içeriğini araştırmak durumunda değildir.

Madde 23- Konsey’e yapılan başvuru, yayında adı geçen kişinin “kişilik haklarının ihlali” iddiasını taşımakta ise Genel Sekreter:

a) Başvuru sahibinin gerçekten var olup olmadığını araştırmak,

b) Yayında adından söz edilen kişiyi -kendisine ulaşmak olanağı yoksa haklarını savunabilecek konumda olduğu kabul edilebilecek bir yakını- bularak Konsey’in konuyla ilgili karar vermesine iznini almak zorundadır.

Madde 24- Basın Konseyi Yüksek Kurulu kararları kesin-dir.

Ancak ilk incelemede maddi bir hata yapıldığı veya şikayetçi ile şikayet edilenin sunduğu bir kanıtın değerlendirilmediği gerekçesiyle kararın ilanından itibaren 15 gün içinde olağanüstü itiraz yoluna gidilebilir.

Başkan, İkinci Başkan ve Genel Sekreter’den oluşan bir kurul, itirazla ilgili raporunu Yüksek Kurul’a sunar. İtiraz, toplantıya katılanların en az 2/3’ünün olumlu oyuyla kabul edilebilir.

Madde 25- Basın Konseyi Yüksek Kurulu’nda oyların eşit

çıkması halinde, söz konusu dosyanın oylaması bir sonraki Yüksek Kurul toplantısına ertelenir.

Madde 26- Basın Konseyi Yüksek Kurulu, en çok iki görüşmede karar verilmesini mümkün kılacak şekilde hazırlanmış olan (tarafların görüşleri talep edilmiş -mümkünse alınmış- gerekli kanıtlar toplanmış ve varsa tanıkların beyanları tespit edilmiş) dosyalar üzerinde görüşme yapar.

Madde 27- Yüksek Kurul üyesi, kendisinin çalıştığı basın (medya) organı veya o basın (medya) organının mensup olduğu basın (medya) grubu yahut buralarda çalışan gazetecilerle ilgili şikayete ilişkin işlemlere katılamaz ve oy kullanamaz. Ancak oy kullanacakların sayısı 9 dan az olacağına karar en az 9 üyenin oy kullanabileceği ilk toplantıya ertelenir. Bu takdirde 2 aylık süre işlemez.

Madde 28- Basın Konseyi Yüksek Kurulu gerekli görürse ilgilileri dinler, tanık çağırır.

Kararlar

Madde 29- Basın Konseyi Genel Sekreteri, Yüksek Kurul'un kararlarını taslak halinde en kısa zamanda yazarak toplantıya katılan üyelere iletir ve metne itirazları varsa belli bir gün ve saate kadar bildirmelerini talep eder. Gelen itirazları -yerinde buluyorsa- dikkate alarak kesin metni oluşturur ve kamuoyuna duyurur.

Madde 30- Basın Konseyi Genel Sekreteri, Yüksek Kurul kararlarını "karar sicili" olarak kullanılan deftere yapıştirarak o toplantıya katılan üyelere imzalatır. Kararlara konu olan dosyaları Konsey arşivine alarak muhafaza eder.

Madde 31- Basın Konseyi'ne üye olan gazeteciler dernekleri (cemiyetler) uğraş alanları (parlamento muhabirleri ile ilgili dernek, parlamento ve dünyası ile il-

gili yayınların, adliye-polis muhabirleri ile ilgili dernek, bu konuların vb.) ile ilgili gazetecilerle veya yayıncılarla; yöresinde tek olan dernekler, yöredeki tüm yayınlar ve gazetecilik uygulamaları ile ilgili başvuruları, burada yazılı kurallara uymak koşuluyla, Basın Konseyi adına kabul edebilirler.

Başvuru kabul yetkisine sahip derneğe (cemiyete) bu husus, Başkan'ın göndereceği yetki belgesiyle bildirilir.

Madde 32- Konsey adına başvuru kabul eden derneğin (cemiyetin) Başkanı veya Genel Sekreteri,

A) Başvuruyu, üzerinde herhangi bir işlem yapmadan doğrudan Basın Konseyi Genel Sekreteri'ne aktarabilir veya,

B) Basın Konseyi Genel Sekreteri'nin yetkilerini kullanarak, önce taraflar arasında uzlaşma sağlamak suretiyle sorunu çözmeye çalışır. Bunun için taraflara yazıyla "uzlaşarak sorunu çözmeye" önerisinde bulunur. Makul sürede sonuç -veya yanıt- alamazsa konuyu Basın Meslek İlkeleri ışığında kendisi değerlendirir ve:

a) Başvuru hakkında "şikayetin yersiz bulunduğu",

b) İlgili gazeteci veya basın (medya) organı hakkında "uyarı" yahut,

c) Kınama kararı verilmesi talebiyle Basın Konseyi Genel Sekreterliği'ne iletir. Genel Sekreter, teknik eksik varsa tamamlatarak konuyu ilgili derneğin raporuyla Yüksek Kurul'a sunar.

Madde 33- Aynı yayıncı veya meslek uygulamasıyla ilgili olarak birden fazla başvuru yapılmış olması halinde, gerekli koşullara sahip ilk başvuru işleme konur.

Madde 34- Basın Konseyi'ne veya üye olan derneklere yapılan bir başvuru ile ilgili işlemlerin bitimine ve verilen kararın kamuoyuna açıklanmasına kadar olan tüm aşamalarda "gizlilik" esaslarına uyulur.

Yüksek Kurul üyeleri, görüşülen konular ve dosya-

lar hakkında kimseye bilgi vermeyeceklerine ve Yüksek Kurul'un kararı dışında herhangi bir yayın yapmayacaklarına söz vermiş sayılırlar.

Gizliliği ihlal eden Yüksek Kurul üyesi, çekilmiş sayılır. Yüksek Kurul gerek bu konuda gerekse Yüksek Kurul üyesi olmayan kişi yahut dernek hakkında uygun gördüğü önlem veya kararı alır.

Madde 35- Basın Konseyi Yüksek Kurulu basın (medya) mensupları ve basın (medya) organları hakkında:

- a) Şikayeti yersiz bulma,
- b) Uyarı,
- c) Kınama kararı alabilir.

Basın (medya) mensuplarının ve basın (medya) organlarının başkaları hakkındaki şikayetlerine ilişkin kararlar bu sınırlamaya tabi değildir.

Madde 36- Basın Konseyi'nin karar ve açıklamaları kimse için borç doğurmaz, tazminat talebine dayanak olmaz, bir akdin feshi için gerekçe teşkil etmez.

Madde 37- Basın Konseyi Yüksek Kurul kararları Genel Sekreterliğin ulaşabildiği tüm basın (medya) organlarına iletilir. Konsey'in yayın organı "Özgür Basın"da ve Basın Konseyi'nin "www.basinkonseyi.org.tr" adresindeki web sitesinde yayınlanır.

Onur Üyesi

Madde 38- Basın Konseyi Yüksek Kurulu, Konseye üstün düzeyde hizmet vermiş üyelerine, "Onur Üyesi" sıfatı ve bu sığata layık görüldüğünü bildiren bir "Gümüş Plaket" verir.

Onur Üyesi sıfatı verilmesi gerekenleri Yüksek Kurul'a sadece Başkan önerebilir. Bununla ilgili karar Yüksek Kurul üyelerinin tam sayılarının en az yarısı kadar üyenin katıldığı oturumda alınır.

Madde 39- Daha önce kendilerine üstün hizmetleri nedeniyle “Gümüş Plaket” sunulmuş üyeler, bu kuralların yürürlüğe girdiği tarihten itibaren “Onur Üyesi” sıfatını kazanmış olurlar.

Madde 40- Onur Üyesi seçilenler Basın Konseyi’nin tüm sosyal ve kültürel aktivitelerinde Yüksek Kurul Üyesi imiş gibi muamele görürler.

Bütçe ve Mali Durum

Madde 41- Basın Konseyi Yüksek Kurulu, Basın Konseyi’nin yıllık bütçesini ve Konsey’in mali durumunu Basın Konseyi Dayanışma ve Gelişme Vakfı Yönetim Kurulu ile yapılan ortak toplantıda görüşür.

Basın Konseyi Sözleşmesi

Madde 42- Basın Konseyi’nin işleyişine ve görevlerine ilişkin diğer hususlar Konsey Sözleşmesi’ndeki esaslara göre yürütülür.

Yürürlük

Geçici Madde - Bu kurallar 25 Eylül 2007 tarihinden itibaren yürürlüktedir.

12.29. Başvuru ve İşlem Dökümü

Basın Konseyi’nin kuruluşundan bu yana yaptığı çalışmaların dökümü şöyledir:

YIL Başvuru / Uyarı / Kınama / Ş. Y. B. / İş. Kon. / Uzlaşma

1988	-	-	-	-	-	-	-
1989	9	2	-	-	1	3	3
1990	5	-	1	-	4	-	-
1991	22	-	2	1	5	12	2

1992	45		4	3	14	20	4
1993	23		4	4	6	6	3
1994	36		8	4	12	6	6
1995	74		23	7	7	37	-
1996	44		8	5	8	19	4
1997	49		12	10	13	12	2
1998	46		11	7	17	9	2
1999	39		14	6	9	4	6
2000	67		14	18	18	14	3
2001	148	48	39	45	13	3	
2002	136	42	15	42	22	15	
2003	160	41	7	57	36	19	
2004	144	23	27	55	33	6	
2005	139	40	15	44	38	2	
2006	128		36	7	49	35	1
2007	72	29	10		30	1	2
TOPLAM	1186	297	168	357	284	80	

*1996 yılında 1 ihraç kararı verilmiştir. BKYK ayrıca, “Arena” programı için “Uyarıyı Kaldırma” kararı almıştır.

*2000 yılında, 3 başvuru “uzlaşmayla” sonuçlandırılmış, 1 dosya 2 aylık süreyi geçtiği için işlem görmemiştir. Ayrıca 6 başvuru için herhangi bir karar alınmadan açıklama yazısı gönderilmiştir.

*2001 yılında 3 başvuru uzlaşmayla sonuçlandırılmıştır. Ayrıca 2 başvuru için herhangi bir karar alınmadan açıklama yazısı gönderilmiştir.

Dünya Basın Konseyleri Birliği

(World Association of Press Councils) (WAPC)

Dünya Basın Konseyleri Birliği (World Association of Press Councils) (WAPC), 22 Ekim 1992 tarihinde,

Hindistan'ın başkenti Yeni Delhi'de düzenlenen "Basın Konseyleri ve Benzeri Kuruluşlar 3. Uluslararası Konferansı"nda, çeşitli ülkelerdeki basın konseyleri temsilcilerinin vardıkları karar sonucu kurulmuştur. Konferansa Türkiye adına katılan Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi, kurucu üye sıfatıyla birliğin Ana Sözleşmesi'ni imzalamış; yapılan seçim sonucu da Birliğin Yürütme Kurulu Üyeliği'ne ve Başkan Yardımcılığı'na getirilmiştir. Aynı konferansta ayrıca Türk Basın Konseyi'nin "kalem tutan güvercin" ambleminin, Dünya Basın Konseyleri Birliği tarafından da benimsenerek kullanılması kararlaştırılmıştır.

WAPC Üyeleri

Basın Konseyleri'ni bünyesinde toplayan tek uluslararası kuruluş olan WAPC'nin halen 19 üyesi bulunmaktadır. (Avustralya, Türkiye, Sri Lanka, Nijerya, Yeni Zelanda, Honolulu (ABD), Bengladeş, British, Colombia (Kanada), Monitoba (Kanada), Tayvan (Çin Cumhuriyeti), Mısır, Fiji, Gana, Hindistan, İsrail, Kuzey Kıbrıs, Nepal, Tanzania). Ayrıca WAPC'da Finlandiya, Malezya ve İngiltere'den tanınmış uzmanlar da eylemsiz (Associate) üye olarak görev yapmaktadır.

Sınır Ötesine Taşan Yayınlar

Sınır ötesine taşan yayınların gerçeğe aykırı olmaları halinde, başvurulabilecek bir organ oluşturmak amacıyla, Dünya Basın Konseyleri Birliği (WAPC) 16-18 Mart 1996 tarihlerinde, İstanbul'da bir seminer düzenlemiştir. Seminere, Dünya Basın Konseyleri Birliği Başkanı Lord Mac Gregor Durris, Dünya Basın Konseyleri Birliği Yürütme Kurulu Başkanı Prof David Flint, Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI) Direktörü Johann Fritz'in yanı sıra Hindistan ve Sri Lanka Basın Konseyleri Başkanları ile Finlandi-

ya Basın Konseyi Genel Sekreteri de katılmışlardır. Seminerde, sınır ötesi yayın yapan medyanın tutumuyla ilgili şikayetlerin nasıl ele alacağını soruşturmak ve rapor etmek amacıyla “Sınır Ötesi Şikayetler Mekanizması” konulu yuvarlak masa toplantısında bir “Çalışma Grubu” oluşturulmuştur.

Çalışma Grubu Bildirisi

Çalışma Grubu tarafından yayımlanan bildiri de şöyle denilmiştir:

- “1) Oluşturulan Çalışma Grubu, sınır ötesi medyayla ilgili şikayetleri nasıl soruşturacağı konusunu araştıracaktır.
- 2) WAPC, medyanın meslek ilkeleriyle ilgili araştırmasının sonuçlarını yayımlayacaktır.
- 3) Çalışma Grubu, yuvarlak masa toplantısında önerilen sınır ötesi şikayetler mekanizmasının kurulması dahil, bu konudaki tüm önerileri inceleyecektir.
- 4) Çalışma Grubu, kendisine üye olan basın konseylerine, söz konusu şikayetleri uygun görüldüğü takdirde birbirine iletmelerini önerecektir.
- 5) Çalışma Grubu, sınır ötesi medyanın sorumlulukları konusunda ayrıntılı danışmalar yapacaktır.

WAPC Konferansı

Dünya Basın Konseyleri Birliği'nin, (WAPC) 7.

Uluslararası Kongresi ile 4. Genel Kurulu, 19-21 Eylül 1998 tarihleri arasında İstanbul'da yapılmıştır.

Konferansa, 32 ülkeden 71 temsilci, Türkiye'den de 161 gazeteci ve akademisyen katılmıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel konferansı bir konuşmayla açmış, Başbakan Mesut Yılmaz, TBMM Başkanı Hikmet Çetin, delegeler onuruna verdikleri yemekte birer konuşma yapmışlardır.

Konferansta ayrıca, Başbakan Yardımcısı ve DSP Genel

Başkanı Bülent Ecevit bir öğle yemeğinde, Ana Muhalefet Lideri ve Fazilet Partisi Genel Başkanı Recai Kutan da sabah kahvaltısında delegelere hitapetmişlerdir.

WAPC Başkanları

WAPC'nin ilk genel başkanı, bir süre İngiliz Basın Konseyi Başkanlığı'nı da yapan tanınmış hukuk profesörü Lord Oliver McGregor idi. Lord McGregor'un vefatı üzerine bu göreve Hindistan Basın Konseyi Başkanı emekli Yüksek Yargıç P. B. Sawant seçildi. P. B. Sawant'ın süresi 2001 yılı Ekim ayında dolunca WAPC'nin Yönetim Kurulu, Türk Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi'yi WAPC Genel Başkanlığı'na seçti.

Ekşi, İstanbul'da 8-9 Haziran 2006 tarihinde gerçekleştirilen 10. Genel Kurul Toplantısı'nda yeniden WAPC Yönetim kurulu başkanlığına getirildi. Dünya Basın Konseyleri Birliği Başkan Yardımcılığı'na ise Hindistan Basın Konseyi Başkanı Yüksek Yargıç G. N. Ray seçildi.

İstanbul Merkezli Sivil Toplum Kuruluşu

Bu arada, Dünya Basın Konseyleri Birliği, kuruluşundan 14 yıl sonra Türkiye Cumhuriyeti yasalarına göre, “merkezi Türkiye'de bulunan bir uluslararası birlik” olarak 10 Ekim 2006 tarihinde resmen tescil edilmiştir.

13.TÜRKİYE GAZETECİLERİ HAK VE SORUMLULUK BİLDİRGESİ

İyi ahlak için yasalar gereklidir.
Yasalar da iyi ahlak olmadan korunamaz.
Machiavelli

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin, 19 Kasım 1997'de yapılan olağanüstü tüzük değişikliği genel kurulunda kabul edilen tüzükle, "Basın Senatosu" oluşturulması ve cemiyet bünyesindeki yardımcı komitelerden birinin "Meslek İlkelerini İzleme Komitesi" olması kararlaştırılmıştır.

Bu arada, medyanın dünyada ve Türkiye'de ulaştığı boyutlar ile meslek ilkelerindeki aşınma dikkate alınarak, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti bünyesinde, yeni bir metnin hazırlık çalışmaları öngörülmüştür.

Sözü edilen tüzük değişiklikleri, 26-27 Mart 1998'de toplanan olağan genel kurulla yürürlüğe girmiş, Senato ve Komite de çalışmalara başlamıştır.

Genel kurulda oluşan yeni yönetim kurulu, çalışmaların hızlandırılarak bir an önce sonuca varılmasını kararlaştırmıştır. Bu amaçla, uluslararası, ulusal, kurumsal mesleki ilkeler metinlerinin büyük çoğunluğu incelenerek bir taslak ortaya çıkarılmıştır.

Meslek İlkeleri'ni İzleme Komitesi'nin oluşturduğu taslak metin, Yönetim Kurulu tarafından Basın Senatosu Başkanlık Divanı'na iletilmiştir. 15 Eylül 1998 tarihindeki Senato toplantısında çeşitli önerilerle kabul edilen taslak, 28 Eylül'de, yeniden Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yönetim Kurulu'nda görüşülmüştür.

Yönetim Kurulu, daha sonra, Bildirge Taslağı'nı, başta

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti üyeleri olmak üzere, mümkün olduğunca çok sayıda gazeteciye, ayrıca Üniversitelere ve sivil toplum örgütlerine iletmiştir.

Basın Senatosu'nun, 3 Kasım 1998 tarihli, genişletilmiş toplantısı, taslağa katkıda bulunmak ve görüş, öneri iletmek isteyen herkese açık olarak yapılmıştır. Bu kapsamlı toplantıda, bazı düzeltmelerle yeniden kaleme alınan taslak, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yönetim Kurulu tarafından kabul edilmiştir.

Giriş

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

Basın-yayın organlarında gazeteci olmadıkları halde, çeşitli biçimlerde gazetecilik faaliyetine katılanlar ile dışarıdan Türkiye'ye ve Türkiye'den dışarıya dönük yayın yapanlar da bu sorumluluklar kapsamındadır.

Basın-yayın organları yöneticileri; genel yayın yönetmeni yahut müdürü, yazı işleri müdürleri yahut sorumlu müdürler, sıfatları ne olursa olsun, kuruluşlarında görevli gazeteciler ile yayınların meslek ilkelerine uygun olmasını gözetir.

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, haber alma, özgür düşünce, ifade ve serbest eleştiri hakkına sahiptir.

Düşünce ve ifade özgürlüğünün kullanılmasının başlıca yolu olan basın ve yayın özgürlüğü “Temel İnsan Hakları”ndandır.

Bu hakların, demokratik hukuk devletinde anayasal güvence altında olması esastır.

B) Gazeteci Tanımı

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

Basın ve yayın alanındaki her işletme, çalıştırdıkları gazetecileri, yasaların gazetecilere tanıdığı haklardan yararlandırmak zorundadır.

C) Gazetecinin Sorumluluğu

Gazeteci, basın özgürlüğünü, halkın doğru 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 sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir.

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

Gazetecinin karşısına çıkarılacak gizlilik ve sır gibi engeller, kamusal işlerde yasaya, özel işlerde açık ve ikna edici gerekçelere dayandırılmalıdır.

2) Gazeteci, çalıştığı basın ve yayın organının kendisiyle yaptığı sözleşmede de kaydedilmiş olması gereken temel çizgisini dikkate alır.

O temel çizgi dışındaki ve onunla çelişen veya orada açıkça belirtilmemiş olan tüm telkin, öneri, istek ve talimatı 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 yanı sıra görevinin maddi ve manevi güvencesini sağlayan kişisel sözleşme yapma hakkına sahiptir. Gazeteci ekonomik bağımsızlığını garanti eden, toplumsal rolüne ve emeği ile yeteneğine uygun bir ücret almalıdır.

6) Gazeteci kaynakların gizliliği ilkesi uyarınca, kaynağını açıklamaya ve tanıklık yapmaya zorlanamaz. Kaynak izin verdiği takdirde, gizlilik ortadan kalkabilir. Kaynağı tarafından açıkça yanıtıldığı durumlarda, gazeteci kaynağını açıklayabilir.

E) Gazetecinin Temel Görevleri ve İlkeleri

1) Halkın bilgi edinme hakkı uyarınca, 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. Milliyet, ırk, etnisite, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefi inanç ayırıcılığı 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 gösteren, özendiren, kışkırtan yayın yapamaz.

4) Gazeteci, kaynağını bilmediği bilgi ve haberleri yayımlamaz; kaynak açık olmadığında, yayımlamaya karar verdiği durumlarda da kamuoyuna gerekli uyarıları yapmak zorundadır.

5) Gazeteci temel bilgileri yok edemez, görmezlikten gelemmez ve metinler ile 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 hiçbir amaç için, izin verilmedikçe, özel yaşamın gizliliği ilkesini ihlal edemez.

8) Gazeteci, yayımlanmış her yanlış en kısa sürede düzeltmekle yükümlüdür.

Gazeteci, istismar edilmemesi, kötüye kullanılmaması ve kabul edilebilir boyutlar ile biçimde yapılması kaydıyla, cevap hakkına saygılı olmalıdır.

9) Gazeteci, kendisine güvenilerek verilmiş bilgilerin,

belgelerin kaynaklarını, kendileri izin vermediği sürece, mesleki gizlilik ilkesi uyarınca hiçbir şekilde açıklamaz. 10) Gazeteci, çalıntı, iftira, hakaret, lekeleme, saptırma, manipülasyon, söylenti, dedikodu ve dayanaksız suçlamalardan kesinlikle uzak durur.

11) Gazeteci, bir bilginin, haberin yayımı ya da yayımlanmaması karşılığı, hiçbir maddi veya manevi avantajın peşinde olamaz. Gazeteci, devlet başkanından milletvekiline, işadamından bürokratına kadar, haber kaynağı olarak da kabul edilen kişi ve kurumlarla iletişimini ve ilişkisini, meslek ilkelerini gözeterek yürütür.

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

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

14) Gazeteci, her ne amaçla olursa olsun, tehdit ve şantaj gibi yollara başvurmaz. Gazeteci bu şekildeki baskılara da karşı koyar.

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

16) Gazeteci sıfatını taşımayı hak eden herkes, meslek ilkelerine en yüksek seviyede uymayı taahhüt eder. Ülkesindeki yasalara saygılı olmakla birlikte, hükümet ve benzeri kurumların müdahalelerine kapalıdır. Mesleki olarak yalnızca meslektaşlarının ve kamuoyunun değerlendirmeleri ile bağımsız yargı organlarının kararlarını dikkate alır.

17) Gazeteci, devleti yönetenlerin belirlediği ulusal ve uluslararası politika konularında önyargılara değil, halkın haber alma hakkına dayanır. Onu, mesleğin temel ilkeleri ve özgürlükçü demokrasi kaygıları yönlendirir.
Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları
(Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ne Ek)

Haber-Yorum

Haber ile yorum ve görüş ayırımı açık yapılmalı, okurun ve izleyicinin neyin haber, neyin yorum olduğunu kolayca seçebilmesi sağlanmalıdır.

Fotoğraf-Görüntü

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

Haber-İlan (Reklam)

Haber ve yorum metinleri veya görüntüleri ile ilan-reklam amaçlı metinlerin ayırımı, hiçbir karışıklığa yer bırakmayacak ölçüde yapılmalıdır.

Yargı

Hazırlık soruşturması sırasında, soruşturmayı zaafa uğratici, yönlendirici biçimde haber ve yorumdan kaçınılmalıdır. Yargılama sürecinde de haberler her türlü önyargıdan uzak ve kesinlikle doğruluğundan emin olunarak sunulmalıdır. Gazeteci, yargı sürecinde taraf olmamalıdır.

Yargı kararı kesinleşmedikçe, bir sanık, suçlu ilan edilmemelidir. Haberlerde ve yorumlarda, suçluymuş gibi değerlendirmeler yapılmamalıdır.

Çocuk

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

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

Cinsel Saldırı

Cinsel saldırı mağdurlarının fotoğrafları, görüntüleri ve kimlikleri, açık kamu yararı olmadıkça yayımlanmamalıdır.

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 veya fiziksel, zihinsel özürli olup olmamasına dayandırılmamalıdır. Kişinin bu özel durumu, alay, hakaret, önyargı konusu yapılmamalıdır.

Sağlık

Sağlık konusunda sansasyondan kaçınılmalı, insanlara umutsuzluk veya sahte umut verecek yayın yapılmamalıdır. Tıbbi alandaki araştırmalar, kesinleşmiş sonuçlar gibi yayımlanmamalıdır. İlaç tavsiyesinde, mutlaka uzmana danışılmalıdır.

Hastanelerde araştırmalar yapan, bilgi ve görüntü almaya çalışan gazeteci, kimliğini belirtmeli ve girilmesi yasak bölümlere, ancak yetkililerin izniyle girmelidir.

Yetkilinin, hastanın veya yakınının izni olmaksızın, hastane ve benzeri kurumlarda, hiçbir yolla ses ve görüntü alınmamalıdır.

Hediye

Yayın öncesi kararlarla ve yayınlarla ilgili önyargı, kuşku yaratacak her cinsten kişisel hediye ve maddi menfaat reddedilmelidir.

Müessese Çıkarı

Gazetecinin bir basın-yayın organındaki işlevini, “Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”ndeki hakları, sorumlulukları ve görevleri belirler. Gazeteci, bu mesleki çerçeveye yayın organının çizgisi dışında, müessese çıkarı söz konusu olsa dahi hiçbir faaliyete gönüllü olarak veya zorla katılmamalıdır.

Özeleştir

Gazeteci ile basın-yayın organları, tekzip ve cevap hakkı gibi zorunlulukların dışında da yanlışları düzeltmeli ve özeleştir yapmalıdırlar.

Taraf Olma

Gazeteci ve yayın organı, taraf oldukları bir olaydaki konumlarını kamuoyuna açıkça belirtmelidir.

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

Özel Hayat

Asıl olan kamu yararadır. Özel hayatın gizliliğinin geçersiz sayılabileceği başlıca durumlar 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 alınmamalıdır.

Kamu yararı söz konusu olduğunda dahi yukarıdakilerin başka hiçbir şekilde elde edilmeyeceğine kesin kanaat getirilmiş olması gerekir.

Haber İçin Para

Gazeteci, belge veya görüntü sağlamak amacıyla bir suçla ilgili sanık, tanık veya onların yakınlarına para teklif etmemeli ve vermemelidir.

Sarsıcı Durumlarda

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

Suçlu Yakınları

Gazeteci, sanıkların ve suçluların akrabalarını, yakınlarını, olayla ilgileri olmadıkça veya olayın doğru anlaşılması için gereği bulunmadıkça teşhir etmemelidir.

İntihar Olayları

İntihar olayları hakkında, haber çerçevesini aşan ve okuyucu veya izleyiciyi etki altında bırakacak nitelikte ve genişlikte yayın yapılmamalıdır. Olayı gösteren fotoğraf, resim veya film yayımlanmamalıdır.

Ekonomik, Mali Bilgi

Yasalarla yasaklanmış olmasa dahi gazeteci, elde ettiği ekonomik-mali bilgileri, geniş biçimde yayımlanmadan önce, kendisinin yahut yakınlarının çıkarları için kullanmamalıdır.

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

Gazeteci, hakkında haber ve yorum yazdığı ya da yazmayı tasarladığı taşınır ve taşınmaz kıymetlerin, doğrudan veya dolaylı alım satımını yapmamalıdır.

Ambargo, Önceden Görme, “Off The Record”

Gazeteci, kendi çabasıyla elde etmedikçe, bir kaynağın verdiği bilgi veya belgenin yayımlama tarihi konusundaki isteğe uymalıdır. Gazeteci, röportaj, haber, yorum veya görüntü, yayın şekli, şekil ne olursa olsun, hazırlığını yayın organındaki sorumlular dışında, kaynağı da dahil, kims-eye denetletirmekle yükümlü değildir.

Gazeteci, açıklanmaması kaydıyla (off the record) verilen bilgiyi ve sarf edilen sözleri yayımlamamalıdır.

Rekabet

Gazeteci, rekabet nedeniyle de olsa, bir başka gazeteciye bilinçli ve açık mesleki zarar vermekten kaçınmalıdır. Bir meslektaşının yayınını engelleyici davranışlarda bulunmamalıdır.

Kaynak Gösterme

Gazeteci, başka ajans haberleri olmak üzere, bir meslektaşının ve herhangi bir yayının sunduğu bilgileri kullandığında, mutlaka kaynağı belirtmelidir.

Gazeteci olmayanlar

Bir yayın organında, sürekli veya zaman zaman, gazetecilik kapsamına giren alanlarda faaliyet gösterenlerin asıl sıfatları, asli işleri uygun şekilde belirtilmeli, kamuoyu, onların temel konumu hakkında bilgilendirilmelidir.

Özdeşleşme

Gazeteci, uzmanlık alanı ne olursa olsun, öncelikle gazetecidir. Polis muhabiri, polis veya sözcüsü, spor muhabiri, kulüp yöneticisi veya sözcüsü, herhangi bir partiden sorumlu muhabir, onun üyesi veya sözcüsü gibi davranmamalı ve bu yönde yayın yapmamalıdır.

Günümüzde Türk Medyası

Medyanın bugünkü yapısı, “yayıncının bağımsızlığı” olarak da adlandırılan editoryal bağımsızlığa olanak tanımamaktadır. Patronun (sermayenin) mutlak belirleyici oluşu, okurun izleyicinin, dinleyicinin, medyaya güveninin azalmasına yol açmıştır.

Medyanın, salt kendi çıkarlarını gözeterek, siyasal iktidarlara karşı, zaman zaman takındığı istikrarsız ve tarafsızlıkla bağdaşmayan tutumu da okur tarafından kuşkuyla karşılanmaktadır.

Medya yönetim kadrolarının meslek ilkelerine uymaktan çok, ticari çıkarlara hizmet verecek kişilerden seçilmesine özen gösterilmiştir. Bu olguda, üst yönetimlerinin payı

büyük olmuştur.

Astronomik ücretler alan kimi üst düzey yöneticilerin, editoryal bağımsızlığa yeterince sahip çıkmadıkları bir gerçektir. Görevinin başında kalabilmesi için, medya yönetme, habercilik ve yayıncılık dışında, işletme (sermaye, patron) için gerekli tüm işleri yapmaktan geri kalmayan bu tip yöneticilere, ABD’de ortaya atılan yeni bir tanımlamayla “içerik sanayii yönetmeni” denilmektedir. Bu tür yönetimlerle, haberlerin magazin yönü abartılmakta, siyaset boş insanların çıkar çekişmeleri olarak sunulmakta, habercilikte nitelik yerine, nicelik öne geçmekte, bir “haber pazarı” haline dönüşen medyada bolluk sağlanmakta, ancak çeşitlilik ve çok seslilik azalmaktadır.

Çıkar çekişmeleri içinde asıl işlevini büyük ölçüde yitiren medyanın, belirgin özelliklerinden birini de saldırganlık oluşturmaktadır. Bazı medya kuruluşları, hedef seçtikleri siyasetçilere, yöneticilere, kamuoyu önündeki bazı kişilere, yoğunlukla da sade vatandaşların kişilik haklarına ve özel yaşamlarına, sınır tanımadan saldırmaktadır. Medyanın bir bölümü, insan haklarını sık sık ihlal ederken, bir yandan da kamusal otoritenin insan hakları ihlallerini, yeterince izlememekte ve duyuramamaktadır.

Bu arada, siyasetçiler, ekonomik odaklar ve zaman zaman etkinlik kazanan öteki baskı grupları da medyanın bağımsızlığına saygı göstermemekte, medyayı kendi çıkarları ya da görüşleri doğrultusunda kullanılacak bir araç gibi görmektedirler. Bu tutum, medyanın işlevini anlamamaktan, iletişim ve ifade özgürlüğünü özümsememekten, demokrasi kültürünün yerleşmemesinden kaynaklanmaktadır.

Bir yandan da sendikasılaştırma uygulaması, çalışanların konumları ve özlük hakları üzerinde olumsuz etki yapmış,

iş güvenliğinden yoksun medya emekçileri bir ölçüde emir kulu haline getirilmiştir. Bu süreç, alt kademede çalışanların etkisizleştirilmesi için yoğun bir biçimde işletilmiştir.

Böylece, basın meslek ilkelerinin, devlet tarafından, devlet için saptanması aşamasından, çok kısa bir özdenetim dönemi geçirdikten sonra, büyük sermayenin denetimine girme süreci yaşanmaktadır.

Özetlemek gerekirse, basın ahlakının çöğnenmesine yol açan etkenler arasında, dikey ve yatay tekelleşmenin gerekleri; bilinçsiz küreselleşmenin sakıncaları; devletin, hükümetin, egemen güçlerin, baskı odaklarının, yerleşik kültürün, medya kurumları ve mensupları üstündeki baskıları; sermayenin çıkarları; editoryal bağımlılık; yayın ilkeleri ve işletme çıkarları denilen zorlamalar; yayının ideolojik çizgisi ile gerçek arasında sık sık ortaya çıkan çelişkiler; patronun arzuları; üstlerin ya da yakın çevrenin ricaları; okur ve izleyicilerden gelen istekler; can güvenliği kaygısından kaynaklanan “el titremeleri”; iş güvenliği ürkeklığı; ve en önemlisi de ayrıntılarıyla açıklanamayan “özel nedenler” bulunmaktadır.

EK 1:
BASIN KANUNU

Kanun No: 5187

Kabul Tarihi: 09.06.2004

Yayımlandığı Resmi Gazete: 26.06.2004 - Sayı: 25504

Amaç ve kapsam:

Madde 1- Bu Kanunun amacı, basın özgürlüğünü ve bu özgürlüğün kullanımını düzenlemektir.

Bu Kanun basılmış eserlerin basımı ve yayımını kapsar.

Tanımlar:

Madde 2- Bu Kanunun uygulanmasında;

- a) Basılmış eser: Yayımlanmak üzere her türlü basım araçları ile basılan veya diğer araçlarla çoğaltılan yazı, resim ve benzeri eserler ile haber ajansı yayınlarını,**
- b) Yayım: Basılmış eserin herhangi bir şekilde kamuya sunulmasını,**
- c) Süreli yayın: Belli aralıklarla yayımlanan gazete, dergi gibi basılmış eserler ile haber ajansları yayınlarını,**
- d) Yaygın süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle basılan ve her coğrafi bölgede en az bir ilde olmak üzere, ülkenin en az yüzde yetmişinde yayımlanan süreli yayın ile haber ajanslarının yayınlarını,**
- e) Bölgesel süreli yayın: Tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan ve en az üç komşu ilde veya en az bir coğrafi bölgede yayımlanan süreli yayını,**
- f) Yerel süreli yayın: Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınları,**
- g) Yayın türü: Süreli yayınların yaygın, bölgesel ve yerel yayın türlerinden hangisinin kapsamında olduğunu,**
- h) Süresiz yayın: Belli aralıklarla yayımlanmayan kitap,**

armağan gibi basılmış eserleri,

1) Eser sahibi: Süreli veya süresiz yayının içeriğini oluşturan yazıyı veya haberi yazanı, çevireni veya resmi ya da karikatürü yapanı,

j) Yayımcı: Bir eseri basılmış eser durumuna getirip yayımlayan gerçek veya tüzel kişiyi,

k) Basımcı: Bir eseri basım araçları ile basan veya diğer araçlarla çoğaltan gerçek veya tüzel kişiyi,

l) Tüzel kişi temsilcisi: Yayın sahibi veya yayımcının tüzel kişi olması halinde bu tüzel kişiliğin yetkili organı tarafından, yöneticiler arasından belirlenen gerçek kişiyi veya kamu kurum ve kuruluşlarınca belirlenen gerçek kişiyi,

İfade eder.

Basın özgürlüğü:

Madde 3- 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 ahlâkının, millî güvenlik, kamu düzeni, kamu güvenliği ve toprak bütünlüğünün korunması, Devlet sırlarının açıklanmasının veya suç işlenmesinin önlenmesi, yargı gücünün otorite ve tarafsızlığının sağlanması amacıyla sınırlanabilir.

Zorunlu bilgiler:

Madde 4- Her basılmış eserde, basıldığı yer ve tarih, basımcının ve varsa yayımcının adları, varsa ticarî unvanları ve işyeri adresleri gösterilir. İlân, tarife, sirküler ve benzerleri hakkında bu hüküm uygulanmaz.

Haber ajansı yayınları hariç her türlü süreli yayında, ayrıca yönetim yeri, sahibinin, varsa temsilcisinin, sorumlu müdürün adları ve yayının türü gösterilir.

Sorumlu müdür:

Madde 5- Her süreli yayının bir sorumlu müdürü bulunur. Sorumlu müdür, birden fazla ise her birinin sorumlu olduğu bölüm belirtilir.

Sorumlu müdür olabilmek için;

- a) On sekiz yaşını bitirmiş olmak,
- b) Türkiye’de yerleşim yeri sahibi olmak ve devamlı oturmak,
- c) En az ortaöğretim veya dengi bir eğitim kurumundan mezun olmak,
- d) Kısıtlı veya kamu hizmetlerinden yasaklı olmamak,
- e) Yüz kızartıcı suçlardan mahkûm olmamak,
- f) T.C. vatandaşı olmayanlar için karşılıklılık koşulu aramak,

Gerekir.

Sorumlu müdürün Türkiye Büyük Millet Meclisi üyesi olması halinde sorumlu müdürlüğü üstlenmek üzere müdür yardımcısı tayin edilir. Sorumlu müdür için bu Kanunda yer alan hükümler, sorumluluğu üstlenen yardımcı için de geçerlidir.

Süreli yayın sahibi:

Madde 6- Gerçek ve tüzel kişiler ile kamu kurum ve kuruluşları süreli yayın sahibi olabilirler.

Süreli yayın sahibinin on sekiz yaşından küçük veya kısıtlı olması halinde kanunî temsilcisi, tüzel kişi olması halinde ise tüzel kişi temsilcisi hakkında da 5’inci maddenin ikinci fıkrasında belirtilen şartlar aranır.

Beyanname verilmesi:

Madde 7- Süreli yayınların çıkarılması için, kaydedilmek üzere yönetim yerinin bulunduğu yer Cumhuriyet Başsavcılığı’na bir beyanname verilmesi yeterlidir. Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından düzenlenen kayıtlar alenidir.

Kayıt için verilen ve yayın sahibi, sahibin küçük veya tüzel kişi olması halinde temsilcisi ile sorumlu müdür tarafından imzalanan beyannamede yayının adı ve mahiyeti, hangi aralıklarla yayımlanacağı, yönetim yeri, sahibinin, varsa temsilcisinin, sorumlu müdürün ad ve adresleri ile yayının türü gösterilir.

Beyannameye, 5'inci ve 6'ncı maddelerde yazılı şartların varlığını gösteren belgeler ile yayın sahibi tüzel kişi ise tüzüğünün veya ana sözleşmesinin veya vakıf senedinin bir sureti eklenir.

Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından beyanname ve eklerinin teslim edildiğini gösteren bir alındı belgesi verilir.

Beyannamenin incelenmesi:

Madde 8- Beyannamenin ve eklerinin gerekli veya gerçek bilgileri içermemesi veya yayın sahibinin veya temsilcisinin veya sorumlu müdürün 5'inci ve 6'ncı maddelerde yazılı şartlara sahip olmaması halinde, Cumhuriyet Başsavcılığı beyannamenin verilmesinden itibaren iki hafta içinde eksikliğin giderilmesini veya gerçeğe aykırı bilgilerin düzeltilmesini yayın sahibinden ister. Bu istemin tebliği tarihinden itibaren iki hafta içerisinde yerine getirilmemesi halinde, Cumhuriyet Başsavcılığı yayımın durdurulmasını asliye ceza mahkemesinden talep eder. Mahkeme en geç iki hafta içinde karar verir. Bu karara karşı acele itiraz yoluna başvurulabilir.

Beyanname içeriğinde meydana gelen her değişiklik, iki hafta içinde, gerekli belgelerle birlikte yeni bir beyanname ile aynı makama bildirilir.

Birinci fıkra hükmü, değişikliğe ilişkin beyannameler hakkında da uygulanır.

Sorumlu müdürün bu görevden ayrılması halinde, yenisi tayin edilinceye kadar sorumluluk yayın sahibine veya

temsilcisine aittir.

Sürelî yayın sahibinin hakkını kaybetmesi:

Madde 9- Sürelî yayın sahibinin beyanname verdiği tarihten itibaren bir sene içinde sürelî yayın yayımlanmaz veya yayımlandıktan sonra yayıma üç yıl müddetle ara verilirse beyanname hükümsüz kalır ve sağladığı hak ortadan kalkar.

556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümleri saklıdır. Ancak, bu Kanunun yürürlük tarihinde 5680 sayılı Basın Kanunu gereği mevku te neşredenler, 556 sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümleri gereği mevku te neşretmekten alıkonulamazlar.

Teslim yükümlülüğü:

Madde 10- Basımcı, bastığı her türlü yayının imzalı iki nüshasını, dağıtım veya yayımın yapıldığı gün, mahallin Cumhuriyet Başsavcılığı'na teslim etmekle yükümlüdür. Bu yükümlülük, basılmış eserin içerik ve biçim yönünden herhangi bir değişikliği içeren daha sonraki basımları ile tıpkı basımları için de geçerlidir.

Basımcıya bu yükümlülüğünü yerine getirdiğine dair bir alındı belgesi verilir.

Cezai sorumluluk:

Madde 11- Basılmış eserler yoluyla işlenen suç yayım anında oluşur.

Sürelî yayınlar ve süresiz yayınlar yoluyla işlenen suçlardan eser sahibi sorumludur.

Sürelî yayınlarda eser sahibinin belli olmaması veya yayım sırasında ceza ehliyetine sahip bulunmaması ya da yurt dışında bulunması nedeniyle Türkiye'de yargılanamaması veya verilecek cezanın eser sahibinin diğer bir suçtan dolayı kesin hükümle mahkûm olduğu cezaya etki etmemesi hallerinde, sorumlu müdür ve yayım yönetmeni,

genel yayın yönetmeni, editör, basın danışmanı gibi sorumlu müdürün bağı olduğu yetkili sorumlu olur. Ancak bu eserin sorumlu müdürün ve sorumlu müdürün bağı olduğu yetkilinin karşı çıkmasına rağmen yayımlanması halinde, bundan doğan sorumluluk yayımlatana aittir. Süresiz yayınlarda eser sahibinin belli olmaması veya yayım sırasında ceza ehliyetine sahip bulunmaması ya da yurt dışında olması nedeniyle Türkiye’de yargılanamaması veya verilecek cezanın eser sahibinin diğer bir suçtan dolayı kesin hükümle mahkûm olduğu cezaya etki etmemesi hallerinde yayımcı; yayımcının belli olmaması veya basım sırasında ceza ehliyetine sahip bulunmaması ya da yurt dışında olması nedeniyle Türkiye’de yargılanamaması hallerinde ise basımcı sorumlu olur. Yukarıdaki hükümler, süreli yayınlar ve süresiz yayınlar için bu Kanunda aranan şartlara uyulmaksızın yapılan yayınlar hakkında da uygulanır.

Haber kaynağı:

Madde 12- Süreli yayın sahibi, sorumlu müdür ve eser sahibi, bilgi ve belge dahil her türlü haber kaynaklarını açıklamaya ve bu konuda tanıklık yapmaya zorlanamaz.

Hukukî sorumluluk:

Madde 13- Basılmış eserler yoluyla işlenen fiillerden doğan maddî ve manevî zararlardan dolayı süreli yayınlarda, eser sahibi ile yayın sahibi ve varsa temsilcisi, süresiz yayınlarda ise eser sahibi ile yayımcı, yayımcının belli olmaması halinde ise basımcı müştereken ve müteselsilen (bir biri peşi sıra) sorumludur.

Bu hüküm, süreli veya süreli olmayan yayınlarda yayın sahibi, marka veya lisans sahibi, kiralayan, işleten veya herhangi bir sıfatla yayımlayan, yayımcı gibi hareket eden gerçek veya tüzel kişiler hakkında da uygulanır. Tüzel kişi şirketse, anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanı, diğer

şirketlerde en üst yönetici, şirket ile birlikte müştereken ve müteselsilen (bir biri peşi sıra) sorumludur.

Zararı doğuran fiilin işlenmesinden sonra yayının her ne surette olursa olsun devredilmesi, başka bir yayınlara birleştirilmesi veya sahibi olan gerçek veya tüzel kişinin herhangi bir surette değişmesi halinde, yayını devir alan, birleşen ve her ne surette olursa olsun yayının sahibi gibi hareket eden gerçek ve tüzel kişiler ve anonim şirketlerde yönetim kurulu başkanı, diğer şirketlerde üst yönetici, bu fiil nedeniyle hükmedilecek tazminattan birinci ve ikinci fıkrada sayılanlarla birlikte müştereken ve müteselsilen (bir biri peşi sıra) sorumludur.

Düzeltilme ve cevap:

Madde 14- Süreli yayınlarda kişilerin şeref ve haysiyetini ihlâl edici veya kişilerle ilgili gerçeğe aykırı yayım yapılması halinde, bundan zarar gören kişinin yayım tarihinden itibaren iki ay içinde göndereceği suç unsuru içermeyen, üçüncü kişilerin hukuken korunan menfaatlerine aykırı olmayan düzeltme ve cevap yazısını; sorumlu müdür hiçbir düzeltme ve ekleme yapmaksızın, günlük süreli yayınlarda yazıyı aldığı tarihten itibaren en geç üç gün içinde, diğer süreli yayınlarda yazıyı aldığı tarihten itibaren üç günden sonraki ilk nüshada, ilgili yayının yer aldığı sayfa ve sütunlarda, aynı puntolarla ve aynı şekilde yayımlamak zorundadır.

Düzeltilme ve cevapta, buna neden olan eser belirtilir. Düzeltilme ve cevap, ilgili yazıdan uzun olamaz. Düzeltilme ve cevaba neden olan eserin yirmi satırdan az yazı veya resim veya karikatür olması hallerinde düzeltme ve cevap otuz satırı geçemez.

Süreli yayının birden fazla yerde basılması halinde, düzeltme ve cevap yazısı, düzeltme ve cevap hakkının kullanılmasına sebebiyet veren eserin yayımlandığı bütün

baskılarda yayımlanır.

Düzeltilme ve cevabın birinci fıkrada belirlenen süreler içinde yayımlanmaması halinde yayım için tanınan sürenin bitiminden itibaren, birinci fıkra hükümlerine aykırı şekilde yayımlanması halinde ise yayım tarihinden itibaren on beş gün içinde cevap ve düzeltme talep eden kişi, bulunduğu yer sulh ceza hâkiminden yayımın yapılmasına veya bu Kanun hükümlerine uygun olarak yapılmasına karar verilmesini isteyebilir. Sulh ceza hâkimi bu istemi üç gün içerisinde, duruşma yapmaksızın, karara bağlar.

Sulh ceza hâkiminin kararına karşı acele itiraz yoluna gidilebilir. Yetkili makam üç gün içinde itirazı inceleyerek karar verir. Yetkili makamın kararı kesindir.

Düzeltilme ve cevabın yayımlanmasına hâkim tarafından karar verilmesi halinde, birinci fıkradaki süreler, sulh ceza hâkiminin kararına itiraz edilmemişse kararın kesinleştiği tarihten, itiraz edilmişse yetkili makamın kararının tebliği tarihinden itibaren başlar.

Düzeltilme ve cevap hakkına sahip olan kişinin ölmesi halinde bu hak, mirasçılardan biri tarafından kullanılabilir. Bu durumda, birinci fıkradaki iki aylık düzeltme ve cevap hakkı süresine bir ay ilave edilir.

Zorunlu bilgileri göstermeme:

Madde 15- 4'üncü maddeye göre basılmış eserlerde gösterilmesi öngörülen hususların gösterilmemesi veya gerçeğe aykırı olarak gösterilmesi halinde, süreli yayınlarda sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili, süresiz yayınlarda yayımcı ve adını ve adresini göstermeyen veya yanlış gösteren basımcı beş yüz milyon liradan yirmi milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza, bölgesel süreli yayınlarda iki milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda beş milyar liradan az

olamaz.

Durdurulan yayının yayımına devam etme:

Madde 16- 8'inci maddeye göre mahkeme kararıyla durdurulan yayına, usulüne uygun beyanname vermeden veya değişiklikleri bildirmeden devam edilmesi halinde yayın sahibi, sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili bir milyar liradan on beş milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza, bölgesel süreli yayınlarda beş milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda on milyar liradan az olamaz.

Teslim yükümlülüğüne uymama:

Madde 17- 10'uncu maddeye göre teslim yükümlülüğünü yerine getirmeyen basımcı, üç yüz milyon liradan bir milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır.

Düzeltilme ve cevabın yayımlanmaması:

Madde 18- Düzeltilme ve cevabın yayımlanmasına ilişkin kesinleşmiş hâkim kararlarına uymayan sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili on milyar liradan yüz elli milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Ağır para cezası, bölgesel süreli yayınlarda yirmi milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda elli milyar liradan az olamaz.

Sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili hakkında verilen ağır para cezasının ödenmesinden yayın sahibi, sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili ile birlikte müteselsilen (bir biri peşi sıra) sorumludur.

Düzeltilme ve cevap yazısının yayımlanmaması veya 14'üncü maddenin birinci fıkrasında belirtilen şartlara uyulmaksızın yayımlanması hallerinde hâkim ayrıca, masraflar yayın sahibi tarafından karşılanmak üzere, bu yazının tirajı yüz binin üzerinde olan iki gazetede ilân şeklinde yayımlanmasına da karar verir.

Yargıyı etkileme:

Madde 19- Hazırlık soruşturmasının başlamasından takip-sizlik kararı verilmesine veya kamu davasının açılmasına kadar geçen süre içerisinde, Cumhuriyet savcısı, hâkim veya mahkeme işlemlerinin ve soruşturma ile ilgili diğer belgelerin içeriğini yayımlayan kimse, iki milyar liradan elli milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza, bölgesel süreli yayınlarda on milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda yirmi milyar liradan az olamaz. Görülmekte olan bir dava kesin kararlar sonuçlanıncaya kadar, bu dava ile ilgili hâkim veya mahkeme işlemleri hakkında mütalaa yayımlayan kişiler hakkında da birinci fıkrada yer alan cezalar uygulanır.

Cinsel saldırı, cinayet ve intihara özendirme:

Madde 20- Cinsel saldırı, cinayet ve intihar olayları hakkında, haber vermenin sınırlarını aşan ve okuyucuyu bu tür fiillere özendirebilecek nitelikte olan yazı ve resim yayımlayanlar bir milyar liradan yirmi milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza bölgesel süreli yayınlarda iki milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda on milyar liradan az olamaz.

Kimliğin açıklanmaması:

Madde 21- Süreli yayınlarda;

- a) 22.11.2001 tarihli ve 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'na göre evlenmeleri yasaklanmış olan kişiler arasındaki cinsel ilişkiyle ilgili haberlerde bu kişilerin,
- b) 01.03.1926 tarihli ve 765 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 414, 415, 416, 421, 423, 429, 430, 435 ve 436'ncı maddelerinde yazılı cürümlere ilişkin haberlerde mağdurların,
- c) On sekiz yaşından küçük olan suç faili veya mağdurlarının,

Kimliklerini açıklayacak ya da tanınmalarına yol açacak şekilde yayın yapanlar bir milyar liradan yirmi milyar

liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza bölgesel süreli yayınlarda iki milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda on milyar liradan az olamaz.

Basılmış eserleri engelleme, tahrip ve bozma:

Madde 22- Kanuna uygun olarak basılmış eserleri, bunların yayımını veya dağıtımını veya satışını önlemek amacıyla tahrip eden veya bozan kimse, fiili daha ağır bir suç teşkil etmediği takdirde, bir yıla kadar hapis ve bir milyar liradan beş milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır.

Kanunun aradığı şartlara uyulmasına rağmen süreli ve süresiz yayınların basılmasını, yayımını, dağıtımını veya satışını şiddet veya tehditle engelleyen kimse, fiili daha ağır bir suç teşkil etmediği takdirde, iki yıla kadar hapis ve iki milyar liradan on milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır.

Yukarıdaki fıkralarda öngörülen fiiller, umumi mahalde veya matbaanın veya umuma satış yapan veya dağıtım yapan yerlerde birden fazla kişi tarafından işlendiği takdirde verilecek ceza yarıya kadar artırılır.

Süreli yayınların dağıtımı:

Madde 23- Süreli yayınların dağıtımını yapan kişiler, kendilerinden dağıtımı istenen yayınları, dağıtımını yaptıkları diğer yayınlar için aldıkları satış fiyatı, tiraj ve sayfa sayısına göre belirlenen dağıtım ücretini aşmayacak bir bedel karşılığında, dağıtmakla yükümlüdürler. Bu yükümlülüğe aykırı davrananlar, dağıtımından kaçındıkları yayının toplam bedelinin on misli ağır para cezasıyla cezalandırılırlar.

Süreli yayınları perakende olarak satışa sunan gerçek veya tüzel kişiler, aynı anda diledikleri kadar dağıtım şirketiyle anlaşıp diledikleri yayınları satabilirler. Hiç kimse, bu kişilere, rakip yayınları satmama yükümlülüğü getiremez

ve bu yayınları satmama koşuluna bağı olan veya bu sonucu doğuracak edimlerde bulunamaz.

Yeniden yayım:

Madde 24- Bir süreli yayında yayımlanmış haber, yazı ve resimleri kaynak göstermeksizin yeniden yayımlayanlar beş milyar liradan on milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılırlar.

Bu eserleri, yeniden yayım hakkı saklı tutulmuş olmasına rağmen, süreli yayın sahibinin izni olmadan yeniden yayımlayanlar yirmi milyar liradan kırk milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılırlar.

El koyma, dağıtım ve satış yasağı:

Madde 25- Soruşturma için sübut vasıtası olarak her türlü basılmış eserin en fazla üç adedine Cumhuriyet savcısı, gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kolluk el koyabilir.

Soruşturma veya kovuşturmanın başlatılmış olması şartıyla 25.7.1951 tarihli ve 5816 sayılı Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun'da, Anayasa'nın 174'üncü maddesinde yer alan inkılap kanunlarında, 765 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 146'ncı maddesinin ikinci fıkrasında, 153'üncü maddesinin birinci ve dördüncü fıkralarında, 155'inci maddesinde, 311'inci maddesinin birinci ve ikinci fıkralarında, 312'nci maddesinin ikinci ve dördüncü fıkralarında, 312/a maddesinde ve 12.4.1991 tarihli ve 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu'nun 7'nci maddesinin ikinci ve beşinci fıkralarında öngörülen suçlarla ilgili olarak basılmış eserlerin tamamına hâkim kararıyla el konulabilir.

Hangi dilde olursa olsun Türkiye dışında basılan süreli veya süresiz yayın ve gazetelerin ikinci fıkrada belirtilen suçları içerdiklerine dair kuvvetli delil bulunması halinde, bunların Türkiye'de dağıtılması veya satışa sunulması,

Cumhuriyet Başsavcılığı'nın talebi üzerine sulh ceza hâkiminin kararı ile yasaklanabilir. Gecikmesinde sakınca bulunan hallerde Cumhuriyet Başsavcılığı'nın kararı yeterlidir. Bu karar en geç yirmi dört saat içinde hâkimin onayına sunulur. Kırk sekiz saat içinde hâkim tarafından onaylanmaması halinde Cumhuriyet Başsavcılığı'nın kararı hükümsüz kalır.

Yukarıdaki fıkra uyarınca yasaklanmış yayın veya gazeteleri bilerek dağıtanlar veya satışa sunanlar bu yayınlar yoluyla işlenen suçlardan eser sahibi gibi sorumludurlar.

Dava süreleri:

Madde 26- Basılmış eserler yoluyla işlenen veya bu Kanun'da öngörülen diğer suçlarla ilgili ceza davalarının günlük süreli yayınlar yönünden iki ay, diğer basılmış eserler yönünden dört ay içinde açılması zorunludur.

Bu süreler basılmış eserlerin Cumhuriyet Başsavcılığı'na teslim edildiği tarihten başlar. Basılmış eserlerin Cumhuriyet Başsavcılığı'na teslim edilmemesi halinde yukarıdaki sürelerin başlama tarihi, suçu oluşturan fiilin Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından öğrenildiği tarihtir. Ancak bu süreler, Türk Ceza Kanunu'nun dava zamanaşımına ilişkin maddesinde öngörülen süreleri aşamaz.

Sorumlu müdürün ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkilinin karşı çıkmasına rağmen yayımlatıldığı iddia edilen eserden dolayı yayımlatan aleyhine açılacak dava yönünden süre, sorumlu müdür ve sorumlu müdürün bağlı olduğu yetkili hakkında verilecek beraat kararının kesinleşmesinden itibaren başlar.

Sorumlu müdürün yayımlanan eserin sahibini bildirmesi durumunda, eser sahibi aleyhine açılacak davada süre, bildirim tarihinden itibaren başlar.

Kovuşturulması şikâyete bağlı suçlarda dava açma süreleri,

suç için kanunun öngördüğü dava zamanaşımı süresini aşmamak şartıyla, suçun işlendiğinin öğrenildiği tarihten başlar.

Kamu davasının açılması izin veya karar alınmasına bağlı olan suçlarda, izin veya karar için gerekli başvurunun yapılmasıyla dava açma süresi durur. Durma süresi iki ayı geçemez.

Görevli mahkemeler ve yargılama usulü:

Madde 27- Basılmış eserler yoluyla işlenen veya bu Kanun'da öngörülen diğer suçlardan dolayı açılan davalardan, ağır ceza işlerinden olanlar ağır ceza mahkemelerinde, diğerleri asliye ceza mahkemelerinde görülür.

Bir yerde ağır ceza veya asliye ceza mahkemesinin birden fazla dairesi bulunması halinde bu davalar iki numaralı mahkemede görülür.

Basılmış eserler yoluyla işlenen veya bu Kanun'da öngörülen diğer suçlara ilişkin davalar acele işlerden sayılır.

Hürriyeti bağlayıcı cezaya çevirme yasağı:

Madde 28- 18'inci ve 22'nci maddelerdeki suçlar dışında bu Kanun'da öngörülen suçlar için hükmedilen para cezaları, hürriyeti bağlayıcı cezaya çevrilemez.

Tebliğat:

Madde 29- Süreli yayının yönetim yeri, tebligat işlemleri yönünden, yayın sahibinin ve temsilcisinin, görevi devam ettiği sürece sorumlu müdürün yerleşim yeri sayılır.

Yürürlükten kaldırılan hükümler:

Madde 30- 15.07.1950 tarihli ve 5680 sayılı Basın Kanunu yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçici Madde 1- Bu Kanun'un yürürlüğe girdiği tarihten önce yayımlanmakta olan süreli yayınların sahibi, sorumlu müdürü, Kanun'un yürürlüğe girdiği tarihten itibaren otuz gün içinde yayınlarının türünü yönetim yerinin bulunduğu yer Cumhuriyet Başsavcılığı'na bildirmek

zorundadır. Bu süre içerisinde bildirim yükümlülüğüne uyulmaması halinde yayın sahibi, sorumlu müdür, beş yüz milyon liradan yirmi milyar liraya kadar ağır para cezasıyla cezalandırılır. Bu ceza bölgesel süreli yayınlarda iki milyar liradan, yaygın süreli yayınlarda beş milyar liradan az olamaz.

Geçici Madde 2- Bu Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten önce kamu kurum ve kuruluşlarınca yayımlanmakta olan süreli yayınların temsilcisi ve sorumlu müdürleri, Kanunun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı ay içerisinde süreli yayının basım ve yayımını bu Kanun'da öngörülen hükümlere uygun hale getirirler.

Yürürlük:

Madde 31- Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme:

MADDE 32- Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

EK 2:

BASIN MESLEĞİNDE

**ÇALIŞANLARLA ÇALIŞTIRANLAR ARASINDAKİ
MÜNASEBETLERİN TANZİMİ HAKKINDA KANUN
(212 sayılı Kanun ile Değişik 5953 sayılı Kanun)**

Kanun Numarası: 5953

Kabul Tarihi: 13.06.1952

Yayımlandığı Resmi Gazete: 20.06.1952 - Sayı: 8140

Kanunun şümülü:

Madde 1- (Değişik:04.01.1961-212/1 md.)

Bu Kanun hükümleri Türkiye'de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunundaki "işçi" tarifi

şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri hakkında uygulanır.

Bu Kanunun şümulüne giren fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanlara gazeteci denir.

İstisnalar:

Madde 2- Birinci maddenin şümulü dahilinde bulunup da Devlet, vilayet ve belediyeler ve İktisadi Devlet Teşekkül ve müesseseleriyle sermayesinin yarısından fazlası bu teşekküllere ait şirketlerde istihdam edilen memur ve hizmetliler hakkında bu Kanun hükümleri uygulanmaz.

Bildirilmesi lazım gelen hususlar:

Madde 3- Bu kanunun şümulüne girecek mahiyetteki bir müesseseyi işletmekte olanlar; tesis edenler, devir alanlar ve kapatılanlarla bu kabil bir müessesenin iştigal mevzuunu kısmen veya tamamen değiştirenler yahut da kendisine intikal eden böyle bir müesseseyi işletmeye devam edenler veya kapatılanlar (müessesenin unvan ve adresini, müessese sahibinin isim ve hüviyetiyle adresini, yapılan işin nevini, burada çalışanların miktarını, bir intikal mevzu bahis ise bunun şeklini ve tarihini) işletmeye başlamak veya kapatma yahut da devir alma veya iştigal nevini değiştirme tarihinden itibaren bir ay içinde o iş yerinin kurulu bulunduğu mahal için İş Kanununun uygulanmasıyla görevli makama yazılı olarak bizzat veya taahhütlü mektupla bildirmekle ödevlidirler. Bizzat müracaat edenlere bu müracaatlarını tevsik edecek bir belge verilir.

Yazılı mukavele ve terfi esası:

Madde 4- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Gazeteci ile kendisini çalıştıran işveren arasındaki iş akdinin yazılı şekilde yapılması mecburidir.

Mukavelede aşağıdaki hususların gösterilmesi şarttır:

- a) İşin nevi,
- b) Ücret miktarı,

c) Gazetecinin kıdemi,

İş nevinin ve ücretin değişikliğinde mukaveleye derci mecburidir.

İki yıl gazetede çalışmış olan gazeteci terfi hak kazanır.

Terfi mukavelede tespit edilen yüzde nispetinde yapılır.

Feshin ihbarı:

Madde 5- Müddeti muayyen olmayan iş akitlerinde feshin ihbarı bu Kanunda yazılı mühletlere tabidir.

6'ncı ve 7'nci maddelerde yazılı ihbar mühletlerine tekabül eden ücret miktarındaki tazminatın işveren veya gazeteci tarafından diğer tarafa önceden ödenmesi suretiyle akdin derhal feshi de caizdir.

Akdin işveren tarafından feshi ve kıdem tazminatı:

Madde 6- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Meslekte en az beş yıl çalışmış olan gazetecilere kıdem hakkı tanınır.

Kıdem hakkı gazetecinin mesleğe ilk giriş tarihinden itibaren hesaplanır.

Akdin feshi halinde gazeteci, bu süreye göre hesaplanacak tazminatı almaya hak kazanır.

Birinci maddenin şümulüne giren bir işyerinde işverenle arasındaki hizmet münasebeti bir veya müteaddit mukaveleye istinaden fasılasız olarak en az beş yıl sürmüş olan gazetecinin işine son verilmesi yapılacak yazılı ihbardan itibaren üç ay geçtikten sonra muteber olur. Beş seneden az hizmeti olanlar için bu ihbar müddeti bir aydır.

İhbar müddetinin son günü olan tarih tazminata esas tutulur ve yıllık izinden sayılmaz.

Gazeteci yıllık iznini kullanmamışsa, işine son verilmesi halinde, izin müddetine ait ücreti kendisine peşin olarak verilir.

Hizmetine bu madde hükümlerine göre son verilen gaze-

teciye feshi ihbar edilen mukavelenin taalluk ettiği her hizmet yılı veya küsuru için, son aylığı esas ittihaz olunmak suretiyle her yıl için bir aylık ücreti miktarında tazminat verilir. Ancak, yıllık hizmetin altı aydan az kısmı nazara alınmaz. İlk mukavele yılında bu miktar hesaplanmaz.

Bir defa kıdem tazminatı alan gazetecinin kıdemi, yeni işine girişinden itibaren hesaplanır. Ancak, buna aykırı olarak işverenle gazeteci arasında yapılacak mukavele muteberdir.

İşverenin maddi imkansızlık sebebiyle gazetecinin tazminatını bir defada ödeyememesi halinde, tediye en çok dört taksitte yapılır ve bu taksitlerin tamamının süresi bir yılı geçemez. Ancak, bu bölünme o iş yerinin mali vergisini tahakkuk ettiren maliye şubesinin, müessesenin zarar etmekte olduğu kararı üzerine yapılabilir.

(4857 sayılı İş Kanunu m.116 ile değişik) İş Kanununun 18, 19, 20, 21 ve 29 uncu maddesi hükümleri kıyas yoluyla uygulanır. Akdın gazeteci tarafından feshi:

Madde 7- Gazeteci en az bir ay evvel işverene yazılı ihbarda bulunmak suretiyle iş akdini her zaman feshedebilir.

Müddetlerin artırılması:

Madde 8- Yukarıdaki maddelerde yazılı ihbar mühletleri asgari olup mukavele ile artırılabilir.

Mülkiye amirine bildirilecek hususlar:

Madde 9- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Mukavelenin yapılışı işveren tarafından; feshi, fesheden tarafından Bölge Çalışma Müdürlüğüne, mülkiye amirliğine ve eğer gazeteci üye ise sendikasına değilse en fazla üyesi bulunan mesleki teşekküle on beş gün içinde beyanname ile bildirilir. Mülkiye amirleri bu beyannamelerin birer örneğini, gazetecinin kıdeminin tespitine esas olmak üzere hemen Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı'na

gönderirler.

Tecrübe müddeti:

Madde 10- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Mesleğe ilk intisap eden gazeteciler için tecrübe müddeti en çok üç aydır. Bu müddet içinde taraflar iş akdini ihbar müddetine ve tazminat mükellefiyetine tabi olmaksızın feshedebilirler.

Bu müddetin sonunda mukaveleli yazılı olarak yapılması mecburidir.

Stajyer adedi, mukaveleli yazı işleri kadrosunun yüzde onunu geçemez. İhbar mühletini beklemeksizin fesih hakkı ve tazminat: Madde 11 - Bir mevketenin veçhe ve karakterinde gazeteci için şeref veya şöhratini veya umumiyetle manevi menfaatlerini ihlal edici bir vaziyet ihdas edecek şekilde bariz bir değişiklik vukuu halinde, gazeteci ihbar mühletini beklemeden akdi feshedebilir.

İş akdini birinci fıkranın verdiği hakka dayanarak fesheden gazeteci, işverenin kusuru neticesinde iş akdini feshetmiş olsa idi ne miktar tazminat alacak idiye, o miktar tazminat isteyebilir.

Vazifesinin ifasıyla ilgili hususlarda gazetecinin bilerek veya ağır bir ihmali neticesi olarak mevketenin itibar veya şöhratine halel verecek fiil ve harekette bulunması hali işverene ihbar mühletini beklemeden iş akdini derhal feshetmek hakkını veren ağır sebeplerden sayılır.

Gazetecinin, şeref ve şöhratine halel verebilecek mahiyette bir fiil ve harekette bulunması için işveren tarafından vaki isteği yerine getirmemesi hali işverene ihbar mühletini beklemeksizin iş akdini feshetmek hakkını vermez.

Müddeti muayyen olan mukavelelerde de yukarıda yazılı fesih hakkı mukavele müddetinin sona ermesini beklemeksizin kullanılabilir.

Akdi tatbik edilmediği hallerde fesih:

Madde 12- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Gazetecinin uğradığı hastalık sebebiyle iş akdi işveren tarafından feshedilemez. Ancak bu hastalığın altı aydan fazla uzaması halinde tazminat verilmek suretiyle akdin feshi cihetine gidilebilir.

Bu maddenin birinci fıkrasında yazılı haller dolayısıyla vazife göremeyecek duruma düşüp de işveren tarafından işinden çıkarılan gazeteci, azami bir yıl içinde iyileştiği takdirde tekrar eski işine tercihen alınır.

Rekabet memnuiyeti (yasak edilme):

Madde 13- Gazeteci işverenle yaptığı mukavelede aksi zikredilmediği takdirde dışarıda, basınla alakası olsun veya olmasın, başka iş tutmakta serbesttir.

İş akdinin feshinden sonraki zaman için gazetecinin mesleğini icra serbestisini takyid eden (kayda bağlayan) hükümler batıldır (boş, geçersiz).

Ücret:

Madde 14- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Kararlaştırılan ücret her ay peşin olarak ödenir. İlave ücretlerin sigorta priminin ödenmesi mecburidir.

Gazetecilere ücretlerini vaktinde ödemeyen işverenler, bu ücretleri, geçecek her gün için yüzde beş fazlasıyla ödemeye mecburdurlar.

Mukavele müddeti sona ermeden evvel kendisine atfedilebilecek bir kusuru olmaksızın işine son verilen gazeteci, peşin almış olduğu ücretin henüz işlememiş bulunan kısmını iade etmeye mecbur tutulamaz.

Gazeteciler her hizmet yılı sonunda işverenin sağladığı karın emeklerine düşen nispi karşılığı olarak asgari birer aylık ücret tutarında ikramiye alırlar.

Mukavele dışı yazılar:

Madde 15- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Gazeteci, mukavele hükümleri dışında olarak işveren

tarafından verilen işler veya sipariş edilen veya yayınlanması kabul edilen yazılar için ayrıca ücrete hak kazanır.

Bu işlerle ilgili ilave ücretlerin sigorta primlerinin ödemesi mecburidir.

Askerlikte ve gebelikte ücret:

Madde 16- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Talim veya manevra dolayısıyla silah altına alınan gazeteci bu müddet zarfında ücret hakkını muhafaza eder. Ancak, yedek subay olarak veya sair suretlerle askeri hizmet karşılığı aylık alan gazetecinin almakta bulunduğu bu aylık kendi işinden aldığı ücretten az ise, işveren, gazeteciye yalnız aradaki farkı ödemekle mükelleftir.

Kısmi veya umumi seferberlik dolayısıyla silah altına alınan gazeteci hakkında üç ay için bu maddenin birinci fıkrası hükümleri uygulanır.

İlk muvazzaf askerlik hizmeti için silah altına alınan gazeteciye normal askerlik müddetince son aldığı ücret yarı nispetinde ödenir.

İşverenle gazeteci arasındaki iş akdinin muayyen bir müddet için akdedilmiş olup olmadığına bakılmaksızın, gazetecinin bu maddenin birinci fıkrasında gösterilen haller dolayısıyla silah altında bulunduğu müddetçe iş akdi, işveren tarafından feshedilemez. Gazeteci bu maddenin ikinci veya üçüncü fıkrasında gösterilen haller dolayısıyla silah altına alındığı takdirde, gazetecinin durumu bu fıkralardan hangisine temas etmekte ise, işveren iş akdini ancak o fıkrada gösterilmiş bulunan süre geçtikten sonra feshedilir. Bu gibi hallerde de gazeteci ile işveren arasındaki iş akdinin muayyen bir müddet için akdedilmiş olup olmadığına bakılmaz. Akdin feshi bu kanunda yazılı hükümlere tabidir.

Gazeteci ile işveren arasındaki mukavele esasen muayyen

bir süreyi ihtiva edip de bu süre gazetecinin silah altında bulunduğu sırada kendiliğinden bitiyorsa işveren mukavelelenin bu suretle sona ermesinden itibaren bu maddede yazılı olan ücretleri gazeteciye ödemekle mükellef tutulamaz.

Bu maddede yazılı bulunan hükümler işveren tarafından gazeteciye askerlik halinde ücret verilmesi hakkında daha elverişli hak ve menfaatler sağlayan mukavele, teamül veya örfü adetten doğan haklara halel getirmez.

Kadın gazetecinin hamileliği halinde, hamileliğin 7'nci ayından itibaren doğumun ikinci ayının sonuna kadar izinli sayılır. Bu müddet zarfında müessese gazeteciye son aldığı ücretin yarısını öder. Doğum vuku bulmaz veya çocuk ölü dünyaya gelirse, bu halin vukuundan itibaren bir ay müddetle bu ücret ödenir. Gazetecinin sigortadan veya bağlı bulunduğu teşekküllerden alacağı yardım, bu ödemeye tesir etmez.

Mahkumiyet veya yayının tatili halinde ücret:

Madde 17- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Mensup olduğu mevkutedeki bir yayın dolayısıyla hürriyeti tahdide uğrayan gazeteci ücretini işverenden almakta devam eder. Ancak, hürriyetin tahdidini mucip olan yayın, mezkur gazeteci tarafından mevkute sorumlu müdürünün veya sahibinin haberi olmadan yapıldığı veya yaptırıldığı yahut sorumlu müdürün tetkikinden geçirilerek neşri takarrür eden şekil üzerinde tahrifat, tadilat, tay veyahut ilaveler yapmak veya yaptırmak suretiyle vuku bulduğu takdirde mezkur gazeteci bu hükümden faydalanamaz. Hürriyeti tahdide uğrayan gazeteci bağlı bulunduğu kadroya yapılacak toplu zamlardan emsali gibi istifade eder.

Birinci fıkradaki hürriyet tahdidi gazetecinin o mevkut-

eden ayrılmasından sonra vukua gelmişse, gazetecinin bahsi geçen mevkededen son aldığı ücreti miktarındaki tazminat, hürriyeti tahdit edildiği müddetçe her ay yayının yapılmış olduğu mevkute sahibi tarafından ödenir. Her ne sebeple olursa olsun, neşriyatı tatil edilen mevkedede çalışanlar tatil tarihinden itibaren iki ay müddetle ücretlerini alırlar. Bu gazetecilerin kanuni tazminatı da tercihen ödenir.

Ölüm tazminatı:

Madde 18- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Gazetecinin ölümü sebebiyle iş akdinin sona ermesi halinde, eşi ve çocuklarına ve bunlar bulunmadığı takdirde geçimi kendisine terettüp eden ailesi efradına müteveffanın aylık ücretinin üç mislinden az olmamak üzere, kıdem hakkı tutarında ölüm tazminatı verilir.

Haftalık izin:

Madde 19- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Her altı günlük fiili çalışmayı müteakip gazeteciye bir günlük ücretli dinlenme izni verilmesi mecburidir. Gazetecinin vazifesi devamlı gece çalışmasını gerektirdiği hallerde hafta tatili iki gündür.

Birinci fıkra hükmü dışında gazeteci, çocuğu dünyaya geldiği zaman üç; eşi veya çocuğu, anası veya babası öldüğü zaman dört; çocuğu evlendiği, kardeşi, büyük anne veya büyük babası veya torunu öldüğü zamanlar iki gün olağanüstü ücretli izine hak kazanır. Bu izinler senelik izinden sayılmaz.

Günlük gazetelerin intişar etmeyeceği günler:

Madde 20- (İptal: Ana. Mahkemesi'nin 20.01.1993 tarih ve E.1992/36, K.1993/4 sayılı Kararıyla)

Yıllık ücretli izin:

Madde 21- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Günlük bir mevkedede çalışan bir gazeteciye, en az bir yıl

çalışmış olmak şartıyla, yılda dört hafta tam ücretli izin verilir. Gazetecilik mesleğindeki hizmeti on yıldan yukarı olan bir gazeteciye, altı hafta ücretli izin verilir. Gazetecinin kıdemi aynı gazetede ki hizmetine göre değil, meslekteki hizmet süresine göre hesaplanır.

Günlük olmayan mevkutelerde çalışan gazetecilere her altı aylık çalışma devresi için iki hafta ücretli izin verilir. Yıllık ücretli izinlerin hesabında bu Kanunun 1 inci maddesindeki “Gazeteci” tabirine girenlerin kıdemleri, iş akdinin devam etmiş veya fasilalarla yeniden inikat etmiş olmasına bakılmaksızın, gazetecilik mesleğinde geçirdikleri hizmet süresi nazara alınmak suretiyle tespit edilir.

İzin hakkından feragat edilemez.

Sendika:

Madde 22 - (Mülga: 15.07.1963-274/33 md.)

Sosyal sigorta:

Madde 23 - (Mülga: 17.07.1964-506/141 md.)

Teftiş ve murakabe:

Madde 24- Bu Kanun hükümlerinin düzen altında yürümesini sağlamak üzere yapılması gerekli görülecek takip, murakabe ve teftişler Çalışma Bakanlığı tarafından yürütülür. Bu hususta 3008 sayılı İş Kanununun iş hayatının murakabe ve teftişine ait bulunan altıncı faslı hükümleriyle aynı kanunun bu hükümlerle ilgili ceza maddeleri uygulanır.

Kazançların azaltılamayacağı:

Madde 25- Bu Kanunun uygulanması neticesi olarak iş verene terettüp eden vecibeler, gazetecilerin ücret ve sair haklarının daha aşağı hadlere indirilmesine sebep tutulamaz.

Ceza hükümleri:

Madde 26- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

a) Çalıştırdığı gazeteci ile dördüncü maddede gösterilen

- şekilde yazılı iş akdi yapmayan işveren, beher mukavele için (200) liradan aşağı olmamak üzere,
- b) Altıncı maddenin 2'nci fıkrasında bahsi geçen tazminatı gazeteciye ödemeyen işveren, (2000) liradan aşağı olmamak üzere,
- c) 18'inci maddede yazılı ölüm tazminatını hak sahiplerine ödemeyen işveren, (2000) liradan aşağı olmamak üzere, Ağır para cezasına mahkum edilmekle beraber ayrıca yukarıdaki (b) veya (c) bentlerinde yazılı tazminatlar da hüküm altına alınır.

Madde 27- (Değişik: 04/01/1961-212/1 md.)

- a) 14'üncü maddede yazılı ücreti gazeteciye zaruret olmaksızın vaktinde ödemeyen,
- b) 16'ncı maddenin birinci veya ikinci yahut da üçüncü fıkralarında yazılı bulunan hallerde gazeteciye verilmesi icap eden ücreti ödemeyen,
- c) 17'nci maddenin birinci veya üçüncü fıkralarında yazılı hallerde gazeteciye verilmesi lazım gelen ücreti yahut da maddenin ikinci fıkrasında bahsi geçen tazminatı ödemeyen,
- ç) 20'nci maddede yazılı bulunan günlerde gazetecilerin bu günlere ait ücretlerini zaruret olmaksızın ödemeyen, İşveren hakkında (500) liradan aşağı olmamak üzere ağır para cezası hükmolunur.

Madde 28- (İptal:Ana Mahkemesi'nin 20.01.1993 tarih ve E.1992/36, K.1993/4 Sayılı Kararıyla)

Madde 29- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Gazeteciye bu Kanunun 21 inci maddesinde yazılı yıllık izni vermeyen veya izni vermiş olup da izin müddetine ait ücreti ödemeyen işveren, yıllık izin vermediği veya izin süresine ait ücretleri ödemediği kimsenin izin müddetine tekabül eden ücretler yekununun iki katını ilgili gazeteciye ödemeye ve ayrıca bu miktarda ağır para cezasına mah-

kum edilir.

Madde 30- (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

Bu Kanunun 25 inci maddesi hükmüne aykırı hareket eden işveren hakkında, (1000) liradan aşağı olmamak üzere ağır para cezasına hükmolunur.

Çalışma müddeti ve fazla mesai:

Ek Madde 1 - (Değişik: 12.02.1954-6253/2 md.; (Değişik: 04.01.1961-212/1 md.)

5953 sayılı Kanunun birinci maddesindeki gazeteci tabirinin şümulü içinde bulunan kimselerden müessese, matbaa, idarehane ve büro gibi yerlerde hizmetlerinin mahiyeti itibariyle müstemirren (aralıksız) çalışanlar için günlük iş müddeti, gece ve gündüz devrelerinde sekiz saattir.

Yukarıdaki fıkra hükmünün dışında kalarak, gündüz veya gece devresindeki çalışma müddetinin daha fazla hadlere artırılması ve ulusal bayram, genel tatiller ve hafta tatilinde çalışılması bu kanuna göre (Fazla saatlerde çalışma) sayılır.

Pazar gününden başka bir gün hafta tatili yapan gazeteci, pazar günü fazla mesai yapmış sayılmaz.

Her bir fazla çalışma saati için verilecek ücret, normal çalışma saati ücretinin % 50 fazlasıdır.

Ancak, günlük normal çalışma müddetine ilaveten bu madde gereğince tatbik edilecek fazla çalışmaların saat 24 den sonraya tesadüf eden saatlerinde ücret bir misli fazlasıyla ödenir.

Fazla saatlerin hesabında, yarım saatten az olan müddetler yarım saat, fazlası ise bir saat sayılır.

Fazla saatlerde çalışma, ücretlerini parça başına veya yapılan iş miktarına göre alan gazetecilere yaptırıldığı takdirde dahi bu kimselerin fazla saatlere tekabül eden ücretleri bu maddedeki esaslara göre ödenir.

Fazla çalışmalara ait ücretin, müteakip ücret tediyesiyle birlikte ödenmesi mecburidir. Fazla çalışma ücretlerinin gününde verilmemesi halinde, her geçen gün için % 5 fazlasıyla ödenir.

Fazla mesai günde üç saati geçemez.

Ek Madde 2 - (Ek: 12.02.1954-6253/2 md.; Mülga: 25.08.1971-1475/110 G md.)

Ek Madde 3 - (Ek: 12.02.1954 - 6253/2 md.)

A) Bu Kanunun ek 1 inci maddesinde yazılı fazla saatlerle çalışma ücretlerini gazeteciye ödemeyen veya mezkur maddede yazılı zam hadlerinden daha aşağı hesap etmek suretiyle ödeyen işveren, ödemediği fazla saat ücretleri tutarının veya eksik ödediği ücretler tutarının iki misli miktarında ağır para cezasına mahkum edilir.

B) Bu Kanunun ek 2'nci maddesi gereğince gazetecilere verilmesi lazım gelen ücretleri bahsi geçen maddenin tayin ettiği tarz ve usullerden başka türlü hesap ederek veren veya daha aşağı hadlerde ödeyen iş veren hakkında (50) liradan aşağı olmamak üzere ağır para cezası hükmolunur.

Ek Madde 4- (04.01.1961-212/2 md. ile gelen numarasız Ek md. hükmü olup madde numarası teselsül ettirilmiştir.)

Basın mesleğinde çalışanlarla çalıştıranlar arasında 5953 sayılı Kanun ile bunun ek ve tadillerine dayanan her türlü hak iddialarından doğan hukuk uyuşmazlıkları, 5521 sayılı İş Mahkemeleri Kanunu hükümlerine tevfikan bu mahkemeler tarafından rüyet edilir.

Ancak iş mahkemesine iştirak edecek asil ve yedek üyeler, o yerde en fazla üyesi bulunan, basın mesleğinde çalışan ve çalıştıranların sendikalarından, bunlar yoksa teşekküllerinden 5521 sayılı Kanunun 2'nci maddesinin ikinci fıkrasında yazılı usul dairesinde seçilir.

Geçici Madde 1- İşverenler bu Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren iki ay içinde kendi işyerlerinde çalışan

gazetecilerle bu kanunda yazılı esaslar dahilinde yazılı mukavele akdetmeye mecburdurlar. Bu hükme riayet etmeyen işverenler hakkında (26)'ncı maddenin (a) bendinde yazılı ceza tatbik olunur.

Geçici Madde 2- (Mülga: 17.07.1964-506/141 md.)

Geçici Madde 3- (Mülga: 17.07.1964-506/141 md.)

Geçici Madde 4- (25.06.1973-1761 Sayılı Kanunun numarasız geçici maddesi hükmü olup teselsül için numaralandırılmıştır.)

Bu Kanunun 20'nci maddesinin birinci fıkrasındaki günlük gazetelerin intişar etmelerini yasaklayan hüküm, Türkiye Cumhuriyetinin Kuruluşunun 50'nci yıldönümünün kutlanması hakkındaki 30.03.1973 tarih ve 1701 sayılı Kanunun 7'nci maddesinde gösterilen bayram süresince, uygulanmaz.

Madde 31 - Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Madde 32 - Bu Kanunu Bakanlar Kurulu yürütür.

****13/6/1952 TARİH VE 5953 SAYILI KANUNA**

İŞLENEMEYEN HÜKÜMLER

1- 04.01.1961 tarih ve 212 sayılı Kanunun geçici maddesi: Geçici Madde- Bu kanunun yürürlüğe girdiği tarihte beş yıl veya daha fazla kıdemi olan gazetecilerin, tabi oldukları iş akdini, bu kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren iki yıl içinde feshetmeleri halinde, 6'ncı madde hükmü uygulanmaz.

**5953 SAYILI KANUNA EK VE DEĞİŞİKLİK GETİREN
MEVZUATIN YÜRÜRLÜĞE GİRİŞ TARİHİNİ
GÖSTERİR LİSTE**

Kanun Numarası: 5953 Kabul Tarihi: 13.06.1952

Kanun No: Farklı Tarihte Yürürlüğe Giren Maddeler

Yürürlüğe Giriş Tarihi

6253	----	19.02.1954	
212	----	10.01.1961	
274	----	24.07.1963	
506	126'ncı maddesi		01.11.1964
	Diğer Hükümler		01.12.1965
1475	----	01.09.1971	
1761	----	03.07.1973	

EK 3:

**BASIN-YAYIN VE ENFORMASYON GENEL
MÜDÜRLÜĞÜ BASIN KARTI YÖNETMELİĞİ**

Yayımlandığı Resmi Gazete: 23.03.2001-Sayı: 24351

BİRİNCİ BÖLÜM

Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar

Amaç ve Kapsam:

Madde 1- Bu Yönetmelik, yerli ve yabancı yazılı, sesli ve sesli-görüntülü basın-yayın kuruluşlarının gazeteci çalışanlarına, süreli yayın sahiplerine, radyo-televizyon kuruluşlarının yönetim kurulu başkanlarına ve devlet enformasyon hizmetleri mensuplarına verilecek basın kartlarına ait esas ve usulleri içerir.

Basın-yayın meslek kuruluşları hariç, basın-yayın kuruluşu niteliği taşımayan tüm kamu ve özel kurum ve kuruluşları ile Türkiye'de bulunan yabancı temsilciliklerin yayın faaliyetleri bu Yönetmelik kapsamı dışındadır.

Dayanak:

Madde 2- Bu Yönetmelik, 231 sayılı Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünün Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnameye dayanılarak

hazırlanmıştır.

Tanımlar:

Madde 3- Bu Yönetmelikte anılan;

- a) Genel Müdürlük, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünü,**
- b) Genel Müdür, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürü'nü,**
- c) İl Müdürlüğü, Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü il müdürlüklerini,**
- ç) Basın kartı, bu Yönetmeliğin 1'inci maddesinde belirlenen kişilere Genel Müdürlükçe verilen sarı renkli kartı,**
- d) Komisyon, Basın Kartı Komisyonunu,**
- e) Yüzölçümü, süreli yayının basın kartı beyannamesinde beyan edilen yüzölçümünü,**
- f) Süreli yayın, günlük, haftalık, on beş günlük ve aylık periyotlarla devamlı olarak yayımlanan yayınları,**
- g) Günlük yayın, haftada en az altı sayı olarak yayımlanan yayınları,**
- ğ) Haftalık yayın, haftada bir veya haftada altıdan az sayıda yayımlanan yayınları,**
- h) On beş günlük yayın, on beş günde bir yayımlanan yayınları,**
- ı) Aylık yayın, bir, iki veya üç ayda bir sayı olarak yayımlanan yayınları,**
- i) Siyasi gazete, iç ve dış siyasi olaylara, günlük haberlere, ekonomi, kültür, sanat ve siyaset konularına ve bunların yorumlarına yer veren süreli yayınları,**
- j) Ekonomi ağırlıklı siyasi gazete, bu maddenin (f) ve (i) bentlerindeki nitelikleri birlikte bulunduran süreli yayınları,**
- k) Ticari gazete, ticaret, endüstri, tarım ve mali işler ile uğraşan işadamlarının ve teşekküllerin ihtiyaçlarına cevap**

verecek nitelikte olan ve ekonomik, mali, sosyal konularla iş hayatını ilgilendiren iç ve dış haberlere yer veren süreli yayınları,

l) Meslek gazete ve dergileri, kendilerine konu olarak seçtikleri mesleğin mensup ve teşekküllerinin ihtiyaçlarına ve mesleğin gelişmesine cevap verecek nitelikte olan ve seçilen konu ile ilgili iç ve dış haberlere yer veren süreli yayınları,

m) Yabancı dilde yayın, bu maddenin (g), (ğ) ve (h) bentlerinden en az birini kapsayacak şekilde yabancı dilde yayımlanan süreli yayınları,

n) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Ulusal nitelikte radyo-televizyon yayını, ülkenin bütününe yapılan radyo-televizyon yayını,

o) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Bölgesel nitelikte radyo-televizyon yayını, birbirlerine komşu en az üç il ve en çok bir coğrafi bölge alanının asgari yüzde yetmişine yapılan radyo-televizyon yayını,

ö) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Yerel nitelikte radyo-televizyon yayını, mülki taksimat itibariyle merkez ilçe dahil en az bir ilçe veya bir ilin alanının en az yüzde yetmişine yapılan radyo-televizyon yayını,

p) Yayın sahibi, Basın Kanunu gereğince verilen beyannamede belirtilen gerçek kişiyi,

r) Gazeteci, 5953 sayılı Kanun kapsamında fikir ve sanat işlerinde ücret karşılığı çalışanları,

s) Sorumlu müdür, 5680 veya 3984 sayılı kanunlardan biri gereğince verilen beyannamede bu sıfatla belirtilen gerçek kişiyi,

ş) Düzenli yayım, bir yıl içinde, günlük süreli yayınlarda on beş, haftalık süreli yayınlarda altı, on beş günlüklerde üç, aylık, iki aylık ve üç aylık süreli yayınlarda bir sayı, haber ve fotoğraf ajanslarında toplam iki günden daha

fazla ara verilmeksizin yapılan yayımı,

t) Düzenli radyo-televizyon yayını, bir yıl içinde toplam yirmi günden fazla ara verilmeksizin yapılan yayını,

u) Yaygın süreli yayın, tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan, her coğrafi bölgede en az bir ili içermek şartıyla, ülkemizdeki yerleşim alanlarının en az yüzde yetmişinde neşredilen süreli yayını,

ü) Bölgesel süreli yayın, tek bir basın-yayın kuruluşu tarafından basılan, en az üç komşu il veya en az bir coğrafi bölgede neşredilen süreli yayını,

v) Yerel süreli yayın, tek bir yerleşim biriminde (kent, kasaba ve benzeri) neşredilen süreli yayını, ifade eder.

Basın Kartının Niteliği:

Madde 4- Basın kartı,

a) Yerli basın-yayın kuruluşlarının Türk uyruklu sahip ve mensuplarına, yabancı basın-yayın organlarının Türk uyruklu mensuplarına ve bu Yönetmelikte sayılan kamu kurum ve kuruluşlarının devlet enformasyon hizmetlerinde çalışan personeline,

b) Gazetecilik dışında başka bir işinin bulunmaması şartıyla, yerli veya yabancı bir veya birkaç basın-yayın kuruluşu adına Türkiye’de mukim veya mukim olmamakla beraber görev alanı Türkiye’yi de kapsayan yabancı uyruklu gazetecilere verilen resmi nitelikte bir kimlik belgesidir.

Basın kartı, bu Yönetmelikte belirtilen hallerde geçici olarak verilebildiği gibi, sürekli nitelik de kazanabilir.

İKİNCİ BÖLÜM

Türk Uyruklu Basın Mensupları

Basın Kartı Alacak Kişilerde Aranılan Nitelikler

Madde 5- Basın-yayın kuruluşlarının Türk uyruklu sahip ve mensuplarının basın kartı alabilmesi için,

a) 18 yaşını bitirmiş olması,

- b) En az ortaöğrenim veya dengi bir eğitim kurumundan mezun olması,
- c) Kısıtlı veya kamu hizmetlerinden yasaklı olmaması,
- d) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Ağır hapis, taksirli suçlar hariç olmak üzere beş yıldan fazla hapis cezalarından biriyle veya yayın tehdidiyle para ve menfaat temini, hırsızlık, sahtecilik, dolandırıcılık, inancı kötüye kullanma, yalan yere şahadet, yalan yere yemin etmek, iftira, suç tasnii (uydurma, yapma), resmi mercileri iğfal, müstehcen ve hayasızca yayın, fuhşiyata (ayıp davranışlar) tahrik, hileli iflas, zimmet, ihtilas (çalma), irtikab (rüşvet alma), rüşvet, istimal (kullanma) ve istihlak (boş yere harcıyıp tüketme) kaçakçılığı suçu dışındaki kaçakçılık suçlarından veya resmi ihale ve alım-satımlara fesat karıştırma veya 5680 sayılı Basın Kanununun ek birinci maddesinin birinci fıkrasında yer alan suçlar ile bu suçlara tahrik ve teşvikten hüküm giymemiş olması,
- e) 5953 sayılı Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun hükümlerine uygun sözleşme yapmış olması,
- f) Gazetecilikle birleşebilen işler dışında, resmi veya özel bir kuruluşta ücretli-ücretsiz görev almaması, anonim şirketler ve kooperatiflerde ortaklık hariç herhangi bir kuruluşun sahibi veya ortağı olmaması, şarttır.
- Basın kartı alacak günlük, haftalık ve on beş günlük süreli yayın sahiplerinde, televizyon-radyo şirketi yönetim kurulu başkanlarında ve kamu görevlilerinde bu maddenin (e) ve (f) bentlerinde, aylık süreli yayın sahiplerinde (e) bendinde yer alan şartlar aranmaz.

Gazetecilikle Birleşebilen İşler:

Madde 6- Basın kartı sahibi gazeteciler, gazeteciliğin yanı sıra,

- a) Türkiye Büyük Millet Meclisi Üyesi, İl veya Belediye Me-

- clisi Üyesi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üyesi, Basın İlan Kurumu Genel Kurul veya Yönetim Kurulu Üyesi ve Denetçi Üyesi, Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Yönetim Kurulu Üyesi, Anadolu Ajansı Yönetim Kurulu Üyesi,
- b) En az beş yıl basın kartı taşımış olmak şartıyla, valiliklerde, belediye başkanlıklarında, kamu kurum ve kuruluşlarında veya sermayesinin yarısından fazlası bu kurumlara ait resmi ve özel kuruluş ve şirketlerde, kanunla kurulmuş teşekküllerde, anonim şirketlerde basın müşaviri veya müdürü veya başkanı,
- c) Eğitim kuruluşlarında gazetecilik mesleğiyle ilgili öğretim elemanı,
- d) Basın-yayın organlarında yönetici ve yönetim kurulu üyesi,
- e) Basın-yayın meslek kuruluşlarınca kurulan kooperatiflerde yönetim ve denetim kurulu üyesi, olarak görev yapabilirler.

Sahip ve Mensupları Basın Kartı Alabilecek Gazete ve Dergiler:

Madde 7- Sahip ve mensupları basın kartı alabilecek yayınların,

- a) Basın Kanunu gereğince vermiş oldukları beyannamede seçtikleri yayın türünün bu Yönetmeliğin 3 üncü maddesinde belirtilen tanımına uygun yayın yapması,
- b) İlan, reklam, aynı mahiyetteki resim ve benzeri hazır kalıpların ve yan boşluklar toplam alanının yüzölçümü 1.20 metre kareden az olmayan süreli yayınlarda bu yüzölçümünün yarısını, yüzölçümü daha az olanlarda ise, yüzölçümünün üçte birini geçmemesi ve her sayfanın yeniden dizilip, tertiplenmiş olarak basılması,
- c) Sayfa düzeni, başlığı ve metinlerinin üçte birinden fazlasının diğer bir yayından aynen alıntı olmaması,
- d) Kanuni nedenler veya belgelendirilebilen tabii afetler

- dışında, Basın Kanunu gereği verilen beyannamede belirtilen aralıklarla düzenli yayımlanması,
- e) Prova tezgahı, teksir veya fotokopi makinesiyle çoğaltılmış olmaması, birkaç yerde baskı yapanlar hariç, yayım yerlerindeki matbaalarda basılması,
- f) Her sayısından ikişer adedinin, en geç yayımı takip eden beş gün içinde, Genel Müdürlüğe, il müdürlüklerinin bulunduğu illerde yayımlananların ayrıca birer adedinin il müdürlüklerine gönderilmesi,
- g) Basın Kanunu gereğince beyannamede belirtilen yayım aralığının üç aydan fazla olmaması,
- h) (Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.) Herkesin görebileceği veya girebileceği yerlerde rayiç bedel karşılığında satışa arzı, zorunludur.

Sahip ve Mensupları Basın Kartı Alabilecek Haber ve Fotoğraf Ajansları:

Madde 8- Sahip ve mensupları basın kartı alabilecek haber ve fotoğraf ajanslarının,

- a) Anonim şirket olarak kurulmuş olması,
- b) Ürettikleri yayınların kanuni nedenler veya belgelendirilebilen tabii afetler dışında, Basın Kanunu gereği verilen beyannamede belirtilen aralıklarla, düzenli yayımlanması veya elektronik ortamda iletilmesi,
- c) Yayınlarının her sayısından ikişer adedinin, en geç yayımı takip eden beş gün içinde, Genel Müdürlüğe, il müdürlüklerinin bulunduğu illerde yayımlananların ayrıca birer adedinin il müdürlüklerine gönderilmesi,
- d) Aylıklı kadrosunda daha önce basın kartı taşımış en az beş gazetecinin bulunması,
- e) Toplam günlük tirajı iki yüz elli binden az olmayan basın-yayın kuruluşu veya yaygın ya da bölgesel bir yayın kuruluşu ile ücretli haber satış sözleşmesi yapmış olması

ve bu ücretin Genel Müdürlükçe her yıl için belirlenen asgari ücretin üzerinde olması, zorunludur.

Sahip ve Mensupları Basın Kartı Alabilecek Özel Radyo ve Televizyonlar:

Madde 9- Sahip ve mensupları basın kartı alabilecek özel radyo ve televizyonların,

a) Yayın tekniklerine uygun yasal yayın izinlerini almış olmaları,

b) 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda belirtilen yayın ilkelerine ve program tür ve oranlarına ilişkin esaslara uygun yayın yapmaları,

c) Kanuni nedenler veya belgelendirilebilen tabii afetler dışında, düzenli yayın yapmaları,

zorunludur.

Günlük Siyasi Gazetelerde Basın Kartı Alabilecek Unvanlar ve Kontenjanlar:

Madde 10- Bu Yönetmeliğin 7'nci maddesinde sayılan genel nitelikleri taşımaları şartıyla,

a) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 1.20 metrekareden az olmayan,

1) Günlük siyasi, yaygın ve bölgesel gazetelerin sahiplerine, genel yayın müdürü, genel yayın yönetmeni, genel yayın koordinatörü, genel müdür -müessese müdürü veya idare müdürü- gazetenin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürü, yazı işleri müdürü, yayın yönetmeni, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, karikatürist, ressam, grafiker, düzeltmen, bölge veya il temsilcisi unvanlarıyla çalışanlarına, yurt dışı bürolarında aynı unvanlarla çalışan Türk uyruklu mensuplarına,

2) (Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.) Günlük siyasi yerel gazetelerin ve akşam gazetelerinin sahiplerine, genel yayın müdürü, gazetelerin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürü ve ayrıca yazı işleri müdürü, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, istihbarat şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, karikatürist, ressam, grafiker ve düzeltmen unvanıyla çalışan on beş mensubuna,

b) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 0.80 metrekareden az olmayan günlük yerel siyasi gazetelerin sahiplerine, gazetelerin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürlerine ve ayrıca başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, düzeltmen unvanıyla çalışan beş mensubuna,

c) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 0.60 metrekareden az olmayan günlük yerel siyasi gazetelerin sahiplerine, gazetelerin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürlerine, ayrıca muhabirlerden ikisine,

d) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 0.40 metrekareden az olmayan günlük yerel siyasi gazetelerin sahiplerine, gazetelerin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürlerine, ayrıca muhabirlerden birine, basın kartı verilebilir.

Haftalık Siyasi Gazete ve Dergilerde Basın Kartı Alabilecek Unvanlar ve Kontenjanlar:

Madde 11- Bu Yönetmeliğin 7'nci maddesinde sayılan genel nitelikleri taşımaları şartıyla haftalık siyasi gazete ve dergilerde,

a) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 3.60 metrekareden az olmayan haftalık siyasi dergilerin sahiplerine, genel yayın müdürü, genel yayın yönetmeni, genel yayın koordinatörü, genel müdür -müessese müdürü veya idare müdürü-, gazetenin yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürü, yazı işleri müdürü, yayın yönetmeni, sayfa ed-

itörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, karikatürist, ressam, grafiker, düzeltmen, bölge veya il temsilcisi unvanlarıyla çalışanlarına, yurt dışı bürolarında aynı unvanlarla çalışan Türk uyruklu mensuplarına,

b) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 1.20 metrekareden az olmayan haftalık siyasi gazete ve dergilerin sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, yayın yönetmenine, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yazı işleri müdürü, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, düzeltmen, karikatürist, ressam ve grafiker unvanlarıyla çalışan sekiz mensubuna, bu yayının aylık fiili satışının otuz bini geçmesi halinde on mensubuna, altmış bini geçmesi halinde yirmi mensubuna,

c) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 0.80 metrekareden az olmayan haftalık dergi ve gazetelerin sahiplerine, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yazar, muhabir unvanlarıyla çalışanlardan üç mensubuna,

d) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 0.60 metrekareden az olmayan haftalık dergi ve gazetelerin sahiplerine, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca muhabir unvanıyla çalışan bir mensubuna, basın kartı verilebilir.

Siyasi Olmayan Gazete ve Dergilerde Basın Kartı Alabilecek Unvanlar ve Kontenjanlar:

Madde 12- Bu Yönetmeliğin 7'nci maddesinde sayılan nitelikleri taşımaları şartıyla, sayfalarının yüzölçümü toplamı 1.20 metrekareden az olmayan yaygın ve bölgesel ticaret, ekonomi ağırlıklı siyaset, meslek, spor, magazin, sanat,

mizah, çocuk, kadın gazete ve dergileri ve benzerlerinin,
a) Günlük yayımlanması halinde sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, genel müdürüne -müessese müdürü, idare müdürü-, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca, yazı işleri müdürü, yayın yönetmeni, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, karikatürist, ressam, grafiker, düzeltmen unvanlarıyla çalışan on beş mensubuna, yayının günlük fiili satışının on bini geçmesi halinde otuz mensubuna,
b) Haftada bir yayımlanması halinde sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, genel müdürüne -müessese müdürü, idare müdürü-, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca, yazı işleri müdürü, yayın yönetmeni, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, karikatürist, ressam, grafiker, düzeltmen unvanlarıyla çalışan beş mensubuna, bu yayımların aylık fiili satışının kırk bini geçmesi halinde on beş mensubuna, altmış bini geçmesi halinde yirmi mensubuna,
basın kartı verilebilir.

On beş Gün ve Daha Fazla Aralıklarla Yayımlanan Süreli Yayınlarda Basın Kartı Alabilecek Unvan ve Kontenjanlar:
Madde 13- Bu Yönetmeliğin 7'nci maddesinde sayılan nitelikleri taşımaları şartıyla,

a) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 1.60 metrekareden az olmayan on beş günlük ve aylık gazete ve dergilerin sahiplerine, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yazı işleri müdürü, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, istihbarat ve haber bölüm şefi,

haber müdürü, başyazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, düzeltmen, karikatürist, ressam ve grafiker unvanlarıyla çalışan üç mensubuna, bu yayınların üç aylık fiili satış ortalamalarının otuz bini geçmesi halinde altı mensubuna, b) Sayfalarının yüzölçümü toplamı 2.40 metrekareden az olmayan, iki veya üç ayda bir yayımlanan gazete ve dergilerin sahiplerine, yayımlandığı yerde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yazı işleri müdürü, sayfa editörü -yazı işleri müdür yardımcısı-, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber müdürü, baş yazar, yazar, muhabir, foto muhabiri, düzeltmen, karikatürist, ressam ve grafiker unvanlarıyla çalışan üç mensubuna, bu yayınların üç aylık fiili satış ortalamalarının otuz bini geçmesi halinde altı mensubuna, basın kartı verilebilir.

Haber ve Fotoğraf Ajanslarında Basın Kartı Alabilecek Unvan ve Kontenjanlar:

Madde 14- Bu Yönetmeliğin 8 inci maddesinde sayılan nitelikleri taşımaları şartıyla,

- a) En az on adet günlük siyasi yaygın, bölgesel gazete veya beş ulusal nitelikteki radyo veya televizyon kuruluşuyla haber veya fotoğraf sözleşmesi yapan ve kadrosunda daha önce basın kartı taşımış en az on gazetecinin bulunduğu belgelendiren ajansların sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, genel müdürüne -müessese müdürü, idare müdürü-, ajansın idare yerinde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne, yayın yönetmenine, haberlerle ilgili bölge müdürü, şube müdürü ve yardımcılara, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, muhabir, foto muhabiri, grafiker, düzeltmen, haber kameramanı unvanlarıyla çalışan mensuplarına,
- b) Günlük fiili satış toplamı iki yüz elli binden az olmayan günlük siyasi gazetelerle veya ulusal nitelikte yayın yapan

iki adet radyo veya televizyon kuruluşuyla haber veya fotoğraf sözleşmesi yaptığını ve kadrosunda daha önce basın kartı taşımış beş gazeteci bulundurduğunu belgelen-diren ajansların sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, genel müdürüne -müessese müdürü, idare müdürü-, ajansın idare yerinde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yayın yönetmeni, haberlerle ilgili bölge müdürü, şube müdürü ve bunların yardımcıları, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, muhabir, foto muhabiri, grafiker, düzeltmen, haber kameramanı unvanlarıyla çalışan on mensubuna, c) Bin adet ücretli abonesi olan ve kadrosunda daha önce basın kartı taşımış en az üç gazeteci çalıştırdığını belgelen-diren ticari ve ekonomik haber veya fotoğraf ajanslarının sahiplerine, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, genel müdürüne -müessese müdürü, idare müdürü-, ajansın idare yerinde oturan sorumlu yazı işleri müdürüne ve ayrıca yayın yönetmeni, haberlerle ilgili bölge müdürü, şube müdürü ve bunların yardımcıları, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, muhabir, foto muhabiri, grafiker, düzeltmen, haber kameramanı unvanlarıyla çalışan beş mensubuna, basın kartı verilebilir.

Anadolu Ajansında Basın Kartı Alabilecek Unvanlar:

Madde 15- Anadolu Ajansında,

a) Yönetim Kurulu Başkan ve Üyelerine, Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarına,

b) (Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.) Sorumlu yazı işleri müdürü, bölge müdürü, daire başkanı, haber ve yayınlara ilgili daire başkanlıklarına bağlı müdür, müdür yardımcısı ve şeflere,

c) Yayın yönetmeni, redaktör, istihbarat ve haber bölüm şefi, muhabir, foto muhabiri, mütercim, grafiker, düzelt-

men ve haber kameramanı unvanlarıyla çalışanlara,
basın kartı verilebilir.

Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünde

Basın Kartı Alabilecek Unvanlar:

Madde 16- Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğünde,

- a) Yönetim Kurulu Üyelerine, Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarına,
- b) Genel Sekreter, Genel Sekreter Yardımcısı, Basın-Halkla İlişkiler ve Protokol Müdürü ve Yardımcılarına,
- c) Yurt dışı büroları temsilcilerine,
- d) Haber Dairesi Başkanlığında, Başkan ve Yardımcılarına, Haber Müdürü ve Yardımcılarına ve bu Müdürlüğe bağlı Merkez Haberler, Televizyon 1 ve 2 Haberleri, Radyo Haberleri, Parlamento Haberleri, Yurt Haberleri, Dış Haberler, Spor Haberleri, Uluslararası Haber Yayınları ve Haber Görüntüleri Müdür ve Yardımcıları ile Haber Programları ve Teletext Yayınları Müdür ve Yardımcılarına,
- e) Yayın Denetleme Kurulu Başkanı, Başkan Yardımcıları ve üyelerine,
- f) Televizyon Dairesi Başkanlığında, Başkan ve Yardımcılarına, Program Planlama ve Koordinasyon, Yurt Dışı Programlar, GAP Yayınları Müdür ve Yardımcılarına,
- g) Radyo Dairesi Başkanlığında, Başkan ve Yardımcılarına, Yapım Planlama ve Koordinasyon, Yayın Hizmetleri Koordinasyon Müdür ve Yardımcılarına,
- h) Dış Yayınlar Dairesi Başkanlığında, Başkan ve Yardımcılarına, Program Müdürü ve Yardımcılarına ve bu Müdürlüğe bağlı Türkçe Yayınlar, Yabancı Dil Yayınları Müdür ve Yardımcıları ile Haber, Planlama ve Değerlendirme, Turizm Radyosu Müdür ve Yardımcılarına,

i) Bölge Müdürlüklerinde, Bölge Müdür ve Yardımcısına, Radyo, Televizyon, Haber Müdürleri ve Yardımcılarına,
j) Ankara Radyosu, Ankara Televizyonu Müdür ve Yardımcılarına,
k) Şef prodüktör, prodüktör ve yardımcı prodüktörlere,
l) (Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.) Yukarıda belirtilen daire başkanlıkları ve müdürlüklerde ve ayrıca Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu Kuruluş ve Görev Yönetmeliği'nde belirtilen tanımlara göre, haber program üretimi ve yayını kapsamında yer alan -her türlü idari işler, sosyal işler, kütüphane, reklam, müzik, tiyatro, eğlence, drama, artistik ve teknik hizmetler, transkripsiyon ve arşiv bölümleri hariç- devamlı kadrolarda görev yapan, müdür ve müdür yardımcısına, şube müdürü ve şube müdür yardımcısına; program ve prodüksiyon şeflerine, sözleşmeliler dahil; şef redaktör, redaktör, muhabir, stajyer muhabir ve haber mütercimlerine; televizyon ve radyo haber-program spikerleri, baş spiker, redaktör spiker ve stajyer spikerlere; yönetmen, yayın koordinatörleri ve yayın şeflerine; yabancı dil masası şef ve yardımcısına, baş kameraman, şef kameraman, kameraman ve kamera asistanlarına; foto-film müdürü ve yardımcısına, baş fotoğrafçı, şef fotoğrafçı ve fotoğrafçılara, resim seçicilere, stüdyo şeflerine ve düzeltmenlere,
basın kartı verilebilir.

(Ek:R.G. 02.06.2002 sayı:24773) Yukarıda sayılan unvanlar dışında bir göreve terfian atanan ve daha önce aralıksız on yıl basın kartı taşımış personel, basın kartı taşımaya devam eder.

Özel Radyo ve Televizyonlarda Basın Kartı Alabilecek Unvanlar ve Kontenjanlar:

Madde 17- Bu Yönetmeliğin 9'uncu maddesinde sayılan genel nitelikleri taşımaları şartıyla,

- a) Ulusal nitelikte yayın yapan radyo ve/veya televizyonların yönetim kurulu başkanlarına, genel müdürüne, yayın denetleme kurulu başkanına, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, bölge müdürüne, sorumlu müdürüne ve ayrıca, yurt içi ve yurt dışı bürolarında haber müdürü, prodüktör, yönetmen, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber redaktör ve editörleri, haber spikeri, haber kameramanı, kameraman, muhabir unvanlarıyla çalışan mensuplarına,
- b) Bölgesel nitelikte yayın yapan televizyonların yönetim kurulu başkanlarına, genel müdürüne, yayın denetleme kurulu başkanına , genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, sorumlu müdürüne ve ayrıca haber müdürü, prodüktör, yönetmen, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber redaktör ve editörleri, haber spikeri, haber kameramanı, kameraman, muhabir unvanlarıyla çalışan on beş mensubuna,
- c) Yerel nitelikte yayın yapan televizyonların, yönetim kurulu başkanlarına, genel müdürüne, yayın denetleme kurulu başkanına, genel yayın müdürüne -genel yayın yönetmeni, genel koordinatör-, sorumlu müdürüne ve ayrıca haber müdürü, prodüktör, yönetmen, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber redaktör ve editörleri, haber spikeri, haber kameramanı, kameraman, muhabir unvanlarıyla çalışan on mensubuna,
- d) (Değişik: R.G. 02.06.2002 sayı: 24773) Bölgesel veya yerel nitelikte yayın yapan radyoların, yönetim kurulu başkanlarına, genel müdürüne, yayın denetleme kurulu başkanlarına, sorumlu müdürüne ve ayrıca haber müdürü, prodüktör, yönetmen, istihbarat ve haber bölüm şefi, haber redaktör ve editörleri, haber spikeri, muhabir unvanlarıyla çalışan, bölgesel radyoların sekiz, yerel radyoların beş mensubuna, basın kartı verilebilir.

basın kartı verilebilir.

Türkiye Büyük Millet Meclisi Televizyonunda Basın Kartı Alabilecek Unvanlar:

Madde 18- Türkiye Büyük Millet Meclisi televizyonunda,

a) Televizyon müdürü -genel yayın yönetmeni- ve yardımcılarına,

b) Ayrıca istihbarat şefi, yönetmen, spiker, muhabir, kameraman, haber program prodüktörü, program ve prodüksiyon şefi ve resim seçici unvanıyla çalışanlara, basın kartı verilebilir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda Basın Kartı Alabilecek Unvan ve Kontenjanlar:

Madde 19- Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda,

a) Başkan ve Üst Kurul üyelerine,

b) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirine, Yayın Hizmetleri Başkanına, İzleme ve Değerlendirme Dairesi Başkanına, Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkanına, Bölge Müdürlerine,”

c) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı: 24773) Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığınca belirlenen merkezde elli beş, bölgelerde yirmi uzmana,

Basın Kartı Alabilecek Kamu Görevlileri ve Kontenjanlar:

Madde 20- Basının bilgi edinmesini kolaylaştırmak amacıyla,

a) Cumhurbaşkanlığında, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirine ve en az beş yıl basın kartı taşıyanlara öncelik verilmek kaydıyla bu birimde çalışan yirmi beş görevliye,

b) Türkiye Büyük Millet Meclisinde, Genel Evrak Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanına, Basın ve Halkla İlişkiler Müdürüne ve en az beş yıl basın kartı taşımış olanlara öncelik verilmek kaydıyla bu birimde çalışan on görevliye,

c) Başbakanlıkta, Basın Müşavirine, Halkla İlişkiler Dairesi Başkanına ve Başbakanlık Müsteşarı tarafından önerilen

basınla doğrudan ilgili on beş görevliye,

d) Genelkurmay Başkanlığında, Basın-Yayın Halkla İlişkiler ve Tanıtım Daire Başkanına ve bu birimde çalışan en çok yedi görevliye,

e) Basın ve halkla ilişkiler birimi kurmuş bakanlıklarda, birimin amirine ve en az beş yıl basın kartı taşımış olmaları şartıyla bu birimde çalışan iki görevliye,

f) Basın ve halkla ilişkiler birimi kurulmuş valiliklerde, bu birimin sorumlusuna,

g) (Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.) Basın İlan Kurumunda, Yönetim Kurulu Üyelerine, Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcılarına, İl Müdürlerine, ilan, kontrol ve koordinasyon hizmetleri ile görevli müdürlere, basın kartı verilebilir.

Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünde Basın Kartı Alabilecek Unvanlar:

Madde 21- Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünde,

a) Genel müdür ve yardımcılara,

b) 231 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede belirtilen hizmet birimleri amirlerine,

c) İl müdürlerine, basın müşavirleri ve ataşelere,

d) Şube müdürleri ve şeflere, uzman, redaktör, mütercim ve fotoğrafçılara,

e) Merkez ve taşra teşkilatında, enformasyon hizmeti yapan görevlilere, basın kartı verilebilir.

Genel Müdürlük görevine asaleten atanmış olanlara, görevlerinin hitamında ve müracaatları halinde, sürekli nitelikte basın kartı verilir.

Basın Mesleğini Temsil Edenler:

Madde 22- Basın mesleğini temsil etmeleri nedeniyle,

a) Kamu yararına çalıştığı Bakanlar Kurulunca kabul edi-

len basın kuruluşlarının, başkan ve başkan yardımcısına, genel sekreterine ve idare müdürüne,

b) En çok basın kartı taşıyan üyeye sahip ve basın-yayın organları çalışanlarınca kurulmuş sendikanın yönetim kurulu tarafından yöneticiler arasından seçilmiş altı kişiye,

c) Gazete Sahipleri Birliği yönetim kurulu tarafından, yönetim kurulu veya Birlik üyesi olan işyerlerinin yönetim kurulu üyeleri arasından seçilmiş üç kişiye,

d) İletişim fakülteleri dekan ve yardımcısına, gazetecilik, radyo-televizyon ve halkla ilişkiler bölüm başkanlarına,

e) Türkiye Büyük Millet Meclisi üyelerine, daha önce on yıl süre ile basın kartı taşımış olmaları şartıyla, üyelikleri süresince,

basın kartı verilebilir.

(Değişiklik: 4 Ek. 2001 t. ve 24543 s. R.G.)

Genel Müdürlüğün bağlı bulunduğu Devlet Bakanına sürekli nitelikte basın kartı verilir.

Basın Kartı Başvurusu:

Madde 23- Basın kartı talebinde bulunanlar, usulüne uygun olarak düzenlenmiş ve basın-yayın kuruluşlarının sahipleri veya yetkili kişilerce onaylanmış üç adet basın kartı beyannamesine iki adet fotoğraf ve 5953 sayılı Kanuna uygun olarak düzenlenmiş sözleşme sureti ekleyerek Genel Müdürlüğe veya il müdürlüklerine, il müdürlüğü bulunmayan illerde ise valiliklere başvururlar.

Görevi gereği basın kartı talebinde bulunan kamu personeli, sözleşme yerine görevini belirten belge ibraz eder.

Beyannameye ekli fotoğrafların önden, baş ve yüz açık olarak çekilmiş olması zorunludur.

Kaydedilen beyannamenin bir nüshası başvuru sahibine verilir.

İl müdürlükleri ve valilikler, beyanname aslının arkasına görüşlerini yazdıktan sonra, Genel Müdürlüğe iletirler.

Talep sahibi, her işyeri ve unvan değişikliğinde başvurusunu yeniler.

Usulüne uygun olmayan veya gerçeğe aykırı doldurulduğu tespit edilen beyannameler ile yapılmış başvurular yok sayılır.

Gazeteciler İçin Bekleme Süresi:

Madde 24- İlk defa basın kartı talebinde bulunan gazetecilerin bekleme süresi, basın kartı beyannamesini yetkili makamlara teslim ettikleri tarihten itibaren, iletişim fakültesi mezunları, bu fakültelerde master ya da daha üst derecede eğitimlerini tamamlayanlar ile gazetecilikle ilgili yüksek öğrenim gördüğünü belgelendirenler için on iki, diğer fakülte mezunları için on sekiz, ön lisans veya iki yıllık meslek yüksek okulu mezunları için yirmi dört ortaöğrenim mezunları için yirmi sekiz aydır.

Gazeteci, bekleme süresinin bitimine en çok üç, en az bir ay kala beyannamenin teslim tarihinden itibaren nitelikleri bu Yönetmelikte belirtilen basın ve yayın kuruluşlarında çalışmakta olduğunu kanıtlayan belgelerle birlikte basın kartı talebini yenilemek zorundadır.

Her gazetecinin durumu, bekleme süresinin hitamını takip eden ilk Komisyon toplantısında değerlendirilir.

Askerlikte geçen süre bekleme süresinden sayılmaz.

Sahipler ve Yönetim Kurulu Başkanları İçin Bekleme Süresi:

Madde 25- İlk defa basın kartı talebinde bulunan basın ve yayın kuruluş sahipleri ve yönetim kurulu başkanları için bekleme süresi, basın kartı beyannamesini yetkili makamlara teslim ettikleri tarihten itibaren, günlük ve haftalık süreli yayınlar, haber ve fotoğraf ajansları, ulusal radyo-televizyon kuruluşları sahipleri ve yönetim kurulu başkanları için bir yıl, on beş günde veya ayda bir yayımlanan süreli yayınlar, kablolu veya bölgesel radyo

ve televizyon kuruluşları sahipleri ve yönetim kurulu başkanları için on sekiz ay, diğer yayın kuruluşlarının sahipleri ve yönetim kurulu başkanları için yirmi dört aydır. Bekleme süresi içinde yayın kuruluşunu başkasına devreden sahibin veya unvan değiştiren yönetim kurulu başkanının değişik bir sıfatla basın kartı talebinde bulunması halinde yeni durumlarına uygun bekleme süresi uygulanır. Bu durumda bekleme süresinin başlangıcı, sahip ve yönetim kurulu başkanı sıfatıyla vermiş oldukları ilk beyanname tarihidir.

Yayın kuruluşunun ilk beyannameye belirtilen niteliğinin değişmesi halinde sahip veya yönetim kurulu başkanı yayının yeni niteliğine uygun bekleme süresine tabidir. Yayın sahibinin veya yönetim kurulu başkanının değişmesi halinde, yeni malik veya yönetim kurulu başkanı için de yayın türüne uygun bekleme süresi uygulanır. Bekleme süresinin başlangıcı, yeni malikin veya yönetim kurulu başkanının yetkili makamlara beyanname verdiği tarihtir. Bekleme Süresi Aranmayan Haller:

Madde 26- Göreve bağlı basın kartlarının,

- a) Bu Yönetmeliğin 15, 16 ve 19'uncu maddelerinin (a) bentleri ile 20, 21 ve 22'nci maddeleri kapsamında verilmesi,
- b) Türkiye'de yabancı yayın organını temsil eden veya bu yayın organlarının yabancı uyruklu temsilcisine yardımcı olarak çalışan Türk uyruklu gazetecilerden birine Genel Müdürlükçe, toplam sayıları otuz kişiyi geçmemek üzere verilmesi,
- c) Yabancı yayın organlarında çalışan ve geçici bir süre için görevli olarak Türkiye'ye gelen ve görevlerini kanıtlayan Türk uyruklu gazetecilere üç ayı geçmemek üzere verilmesi,

hallerinde bekleme süresi uygulanmaz.

Bu kartlar, 21'inci maddenin son fıkrasındaki hal hariç, görev süresinin sonunda geçersizdir.

İlk İnceleme ve Bilgi İsteme:

Madde 27- Genel Müdürlük, basın kartı için başvuruda bulunan gazeteci ve yayın kuruluşu sahipleri hakkında, Komisyona katılan basın meslek kuruluşlarından, valiliklerden, Adli Sicil ve İstatistik Genel Müdürlüğünden, il müdürlüklerinden, vergi dairelerinden, Sosyal Sigortalar Kurumu Başkanlığından, Basın İlan Kurumundan veya gerekli gördüğü diğer kuruluşlardan bilgi ve belge isteyebilir. Toplanan bilgi ve belgelerden, bu Yönetmeliğin 5'inci maddesinde aranan şartları taşımadığı Genel Müdürlükçe tespit edilen talep sahiplerinin talepleri reddedilir. Engel durumun ortadan kalkması halinde, yeniden basın kartı talebinde bulunulabilir.

Komisyonundan Görüş Talebi ve Kartların Sahiplerine Ulaştırılması:

Madde 28- Genel Müdürlükçe yapılan değerlendirme sonucu, usulüne uygun başvuruda bulunmuş ve basın kartı almasına engel bir durumu olmadığı tespit edilmiş kişilere ait bilgi, belge, beyanname ve eklerini içeren dosya Komisyona intikal ettirilir.

Dosya üzerinden yaptığı inceleme sonucunda Komisyon, mesleki çalışmalarını ve mensubu bulunduğu basın yayın kuruluşunun niteliklerini değerlendirerek, talep sahibinin basın kartı alıp alamayacağına karar verir.

Komisyon, en az üçte bir üyesinin gerekli görmesi halinde, talep sahibini davet ederek mesleki çalışmaları hakkında bilgi isteyebilir.

Komisyonca alınan kararlar, Genel Müdürün onayı ile kesinleşir.

Genel Müdürlük onayını takiben düzenlenen basın kartları, Ankara'da Genel Müdürlük, il müdürlüğü bu-

lunan yerlerde il müdürlükleri, diğer illerde valilikler aracılığı ile sahiplerine gönderilir.

İşten Ayrılma veya Unvan Değişikliğinde Bildirim

Zorunluluğu:

Madde 29- Basın kartı taşıyan veya basın kartı talebinde bulunmuş kişilerin, beyan ettikleri işyerlerinden ayrılmaları veya görev unvanlarının değişmesi halinde durum, basın-yayın kuruluş sahipleri ve kişiler tarafından işten ayrılış veya değişiklikten itibaren 15 gün içinde, Genel Müdürlüğe yazılı olarak bildirilir.

Gazetecilerin Geçici İşsizlik Hali:

Madde 30- Emeklilik hakkını elde edememiş basın kartı sahibi gazetecilerin işlerinden ayrılmaları halinde, ayrılış tarihinden itibaren üç ay içinde basın kartlarını iade ederek bu süre içinde işsiz olduğunu usulüne uygun olarak beyan etmiş olmaları şartıyla,

a) (Değişiklik: 31.12.2001 t. ve 24627 s. R.G.)

Beş yıla kadar basın kartı taşımış olanlara altı ay,

b) Beş-on yıl arasında basın kartı taşımış olanlara dokuz ay,

c) On yıldan fazla basın kartı taşımış olanlara on beş ay, süre ile basın kartı verilebilir.

Bu süreler, gazetecinin işten ayrıldığı tarihten başlar.

Basın Kartının İade Edilmesi Gereken Haller:

Madde 31- Basın kartı,

a) İşyeri veya görev unvanının değişmesi,

b) Askerlik, emeklilik ve benzeri nedenlerle işten ayrılma,

c) Kart taşıyamayacak başka bir göreve atanma,

d) Yayın organlarının başkasına devri veya yayına son vermesi,

e) Belirli bir süre için verilmiş ise, bu sürenin sona ermesi, hallerinde, bir ay içinde Genel Müdürlüğe iade edilir.

Bu maddenin (a) bendi kapsamı içinde bulunanların

yeniden basın kartı talep etmeleri halinde, ellerindeki basın kartı yenisi ile değiştirilinceye kadar geçerliliğini korur.

Basın Kartının İptal Edileceği Haller:

Madde 32- Basın kartı sahibinin,

- a) Yönetmeliğin 5'inci maddesinde sayılan niteliklere sahip olmadığının anlaşılması veya bu nitelikleri sonradan kaybetmesi,
 - b) Sahibi veya bağlı bulunduğu basın-yayın kuruluşunun, Yönetmelikte sayılan niteliklere sahip olmadığının anlaşılması veya bu nitelikleri sonradan kaybetmesi,
 - c) Yönetmeliğin 31'inci maddesi gereği iade etmesi gereken basın kartını süresinde iade etmemesi,
 - d) Gerçeğe aykırı bilgiler içeren beyanname doldurması veya bu nitelikteki bir beyannameyi onaylaması,
 - e) Yönetmeliğin 29'uncu maddesinde yer alan bildirim zorunluluğunu yerine getirmemesi,
 - f) Yönetmeliğin 30'uncu maddesi gereğince basın kartı alıp, bu süre içinde basın dışı iş yaptığının tespiti,
 - g) Basın kartını veya basın trafik kartını bir başkasına kullandırması,
 - h) Basın kartının zayi olması,
- hallerinde, basın kartı ve varsa basın trafik kartı Genel Müdürlükçe derhal iptal edilir ve gerekli görülen kamu kurum ve kuruluşları ile basın meslek kuruluşlarına bildirilir.

Basın Kartının İptal Edilmesinin Sonuçları:

Madde 33- Basın kartının, bu Yönetmeliğin 32'nci maddesinin,

- a) (a), (b) ve (f) bentlerine göre iptali halinde, kart almaya engel hal kalksa dahi, iptal tarihinden itibaren bir yıl,
- b) (d) bendine göre iptali halinde, iptal tarihinden itibaren, beyanname sahibi için üç yıl, onaylayan için bir yıl,

c) (c), (e) ve (g) bentlerine göre iptali halinde, iptal tarihinden itibaren altı ay, geçmedikçe kartı iptal edilmiş olanlara yeniden basın kartı verilmez.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Sürekli Nitelikte Basın Kartı

Basın Kartının Süreklilik Kazanması Talebi:

Madde 34- Bu Yönetmeliğin 5'inci maddesindeki nitelikleri taşımaları şartıyla,

- a) En az on sekiz yıl basın kartı taşımış olanlar,
- b) Basın kartı taşımamakla birlikte en az yirmi yıl 5953 sayılı Kanun kapsamında fiilen çalışanlar,
- c) İlgili kanun hükümlerince gazeteciliğe devam edemeyecek derecede malû oldukları sabit olanlar, usulünce doldurulmuş basın kartı beyannamesini ekledikleri bir dilekçe ile sürekli nitelikte basın kartı almak için Genel Müdürlüğe başvurabilirler.

Gazetecilerin, bu Yönetmeliğin 30'uncu maddesi gereğince basın kartı taşıdıkları dönemlere ait toplam sürenin, ancak on sekiz ayı yukarıdaki sürelerin hesabına dahil edilebilir.

Sürekli Nitelikte Basın Kartı Taleplerinin İncelenmesi:

Madde 35- Genel Müdürlük, gerekli gördüğü bilgi ve belgeleri, talep sahibi ile ilgili kurum ve kuruluşlardan isteyebilir.

Toplanan bilgi ve belgelere göre Genel Müdürlükçe, nitelikleri 5'inci maddeye uygun olan talep sahiplerinin dosyaları, mesleki çalışmaları, varsa basılmış eserleri ve ödül belgeleriyle birlikte Komisyona gönderilir.

Sürekli Nitelikte Basın Kartı Taleplerinin Komisyonda Değerlendirilmesi ve Kartların Sahiplerine Ulaştırılması:

Madde 36- Komisyon, gönderilen dosyalarda eksik gördüğü bilgi ve belgeleri, Genel Müdürlük aracılığıyla, ilgili kurum ve kuruluşlardan veya doğrudan talep sahib-

inden isteyebilir.

Komisyon, başvuru sahibinin niteliklerini, mesleki çalışmalarını, eserlerini, ödülleri değerlendirerek sürekli nitelikte basın kartı taşıyıp taşımayacağına karar verir. Bu konuda takdir yetkisine sahip bulunan Komisyonun kararları, Genel Müdürlükçe onaylandıktan sonra kesinleşir ve ilgiliye duyurulur.

Komisyonca reddedilen sürekli nitelikte basın kartı talepleri, yeniden başvuru halinde, kararın verilmesini takip eden üçüncü Komisyon toplantısında tekrar görüşülebilir. Sürekli nitelikte düzenlenmiş basın kartı, Genel Müdürlükçe, talep sahibinin beyannamesinde belirttiği ikametgah adresine gönderilir.

Sürekli Nitelikte Basın Kartının İptali:

Madde 37- Sürekli nitelikte basın kartı sahibinin,

- a) Basın meslek onurunu zedeleyecek işler yaptığı, davranışlarda bulunduğu veya alışkanlıklar edindiği,
- b) Bu Yönetmeliğin 5'inci maddesinin (c) ve (d) bentlerine aykırı duruma düştüğü hallerde, Genel Müdürlüğün teklifi üzerine sürekli nitelikte basın kartı Komisyonca iptal edilebilir ve iptal kararı Genel Müdürlüğün onayı ile kesinleşir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Basın Kartı Komisyonu

Basın Kartı Komisyonunun Oluşumu:

Madde 38- Komisyon,

- a) Genel Müdürlüğü temsilen iki üye,
- b) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı:24773) Basın şeref kartı ve sürekli nitelikte basın kartı sahipleri arasından Genel Müdürlükçe seçilen iki üye,
- c) (Değişik: R.G. 02.06.2002-sayı:24773) Türkiye Gazeteciler Cemiyetini temsilen iki, Gazeteciler Cemiyetini

temsilen bir, İzmir Gazeteciler Cemiyetini temsilen bir, Türkiye Gazeteciler Sendikasını temsilen üç, Gazeteciler Federasyonunu temsilen yerel basın mensubu bir, Türkiye Gazete Sahipleri Birliğini temsilen bir üye, olmak üzere, toplam on üç üyeden oluşur.

Üyelerin görev süresi 2 yıldır. Süresi dolan üyeler yeniden seçilebilir. Herhangi bir nedenle üyeliğin boşalması halinde, boşalan üyenin süresini doldurmak üzere yeni bir üye seçilir.

Komisyon ilk toplantısında üyeleri arasından iki yıl süre için bir başkan ve bir başkan yardımcısı seçer. Genel Müdürlüğü temsil eden üyelere biri raporör görevini üstlenir.

Bu maddenin birinci fıkrasının (c) bendinde anılan kuruluşları temsil eden üyeler en az 5 yıl basın kartı taşımış gazeteciler arasından seçilirler.

Komisyonun Toplanması ve Karar Usulleri:

Madde 39- Komisyon, yılda üç defadan az olmamak üzere Genel Müdürlüğün çağrısı ve üye tam sayısının üçte ikisi ile toplanır.

Kararlar, Komisyon üye tam sayısının salt çoğunluğu ile alınır.

Yeterli çoğunluğun sağlanamaması halinde, ikinci toplantı en geç on beş gün içinde yapılır.

Toplantılarda çekimser oy kullanılmaz.

Komisyon kararları ve gerekçeleri bir tutanakla tespit edilir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

Yabancı Uyruklu Gazetecilere Verilecek Basın Kartı

Basın Kartı Alabilecek Yabancı Gazeteciler:

Madde 40- Yabancı basın-yayın organlarını temsilen Türkiye'de yerleşik olarak faaliyet gösteren veya görev

alanı Türkiye'yi de içine alan veya geçici olarak Türkiye'ye gelen veya Türkiye'deki yayın organlarında çalışan yabancı uyruklu gazetecilere, talepleri halinde basın kartı verilebilir.

Eser yazmak, film çekmek, konferans hazırlamak amacıyla geçici bir süre Türkiye'de bulunan yabancılar da Genel Müdürlükçe yabancı basın-yayın kuruluşu mensubu olarak kabul edilebilir.

Basın kartının verilip verilmemesi hususunda Genel Müdürlüğün takdir yetkisi vardır.

Yabancı Uyruklu Gazetecilerin Basın Kartı Başvurusu:
Madde 41- Daimi basın kartı talep eden gazeteciler, usulüne uygun olarak düzenledikleri iki adet basın kartı beyannamesi ekinde:

- a) Basın-yayın kuruluşu tarafından görevlendirildiklerini ve ücretlerini belirten belgeyi,
- b) T.C. Büyükelçiliği veya Başkonsolosluklarından aldıkları çalışma vizesini,
- c) Bağlı buldukları kuruluşun idare merkezinin bulunduğu ülkenin Türkiye'deki büyükelçilik, elçilik veya konsolosluklarından aldıkları takdim mektubunu,
- d) Pasaportlarının vize ve kimlik sayfalarının fotokopisini,
- e) Üç adet vesikalık fotoğraflarını Genel Müdürlüğe veya il müdürlüklerine verirler.

Geçici basın kartı talep eden gazeteciler, beyanname ekinde bu maddenin birinci fıkrasının (c), (d) ve (e) bentlerinde yer alan belgelerle birlikte görev sürelerini, Türkiye'deki çalışma alan ve konularını belirten görevlendirme belgesini de ibraz ederler.

İl müdürlükleri kendilerine yapılan başvurularda, beyannamenin bir suretini muhafaza ederek görüşleri ile birlikte beyanname ve eklerini Genel Müdürlüğe gönderirler.

Daimi Basın Kartı Kontenjanı:

Madde 42- Türkiye’de yerleşik olarak faaliyet gösteren veya görev alanı Türkiye’yi de içine alan her bir yabancı haber ajans ve televizyon kuruluşunun mensuplarından en çok beş, radyo ve diğer yayın kuruluşlarının mensuplarından en çok iki kişiye daimi basın kartı verilebilir.

Basın Kartının Geçerlilik Süresi:

Madde 43- Genel Müdürlükçe daimi basın kartı almaları uygun görülen yabancı gazeteciler için düzenlenen basın kartları başvuruda buldukları yılın sonuna kadar geçerlidir.

Yabancı gazetecilerin geçici basın kartları kurumlarınca beyan edilen ve Genel Müdürlükçe uygun görülen süre için geçerlidir. Bu süre üç aydan uzun olamaz. Süre uzatma talebi halinde, başvuru işlemi aynen tekrar edilir.

Daimi Basın Kartlarının Yenilenmesi

Madde 44- Yabancı uyruklu gazetecilerin daimi basın kartları her yılın başında, o yılın sonuna kadar geçerli olmak üzere yenilenir. Yenileme işlemi sırasında başvuru işlemi aynen tekrar edilir. Ayrıca Genel Müdürlük gerekli gördüğü hallerde basın kartı talebinde bulunan gazeteciden mesleki çalışmaları ve benzeri konularda her türlü bilgiyi isteyebilir.

Kartların İadesi ve İptali:

Madde 45- Yabancı uyruklu gazeteci, görevinin sona ermesi veya iş yeri değişikliği halinde, basın kartını iade etmek zorundadır. Bu zorunluluğa uymayanların kartları iptal edilir. Genel Müdürlük, gerekli gördüğü hallerde de basın kartını iptal edebilir.

ALTINCI BÖLÜM

Çeşitli Hükümler

Basın Kartının Niteliği ve Sağladığı Kolaylıklar:

Madde 46- Basın kartı hamilleri,

- a) Devlet ve belediyelerin, özel idare ve köylerin veya bunlara bağlı kuruluşların, şehir içinde veya dışında işlettikleri tarifeli taşıtlardan, indirimli veya parasız olarak yararlanmak,
- b) Kamuya ait müze, galeri, sergi, stadyum ve hipodromlar ile benzeri yerlere ücretsiz girmek,
- c) Kanunen gizli olmayan veya idarece gizli yapılmasına gerek görülmeyen toplantı yerine serbestçe girmek,
- d) Resmi törenlere kolay görev yapmalarını sağlayabilecek bir konumda katılmak,
- e) Kartlarını ibraz etmek şartıyla, posta işletmelerinde bulunan telgraf, faks, telefon, teleks ve benzeri araçlardan öncelikli olarak yararlanmak ve her türlü matbuatı indirimli ücretle göndermek,
- f) Emniyet Genel Müdürlüğü'nce düzenlenmiş "Basın Trafik Kartı"nı ibraz etmek şartıyla, devlet törenlerinde, milli veya milletlerarası müsabakalarda, basın toplantılarında, Türk ve yabancı devlet büyüklerinin resmi ziyaret, gezi ve incelemelerinde ve benzeri diğer durumlarda, trafik görevlilerinin vereceği işaret ve talimatlar doğrultusunda, park etme, durma, duraklama ve geçiş üstünlüğü gibi kolaylıklardan yararlanmak, hakkına sahiptirler.

Güvenlik kuvvetleri ve kamu kuruluşları, bu maddenin birinci fıkrasında belirtilen hallerde, basın kartı sahiplerinin görevlerini en kolay şekilde yapmalarına yardımcı olurlar.

Her Yılın Sonunda Bildirim:

Madde 47- Yıllık basın kartı vize işlemlerinin yapılabilmesi için, her yılın aralık ayında basın-yayın kuruluşları, kadrolarında çalışan basın kartı hamili mensuplarının ad-soyadı, görev unvanı ve kart numaralarını gösteren, yetkilerce onaylı listeleri Genel Müdürlüğe gönderirler.

Bu listede gazetecinin ücreti ve sözleşmesinin veya varsa toplu sözleşmenin geçerliliğini koruduğuna dair kaydın da bulunması şarttır.

Gerekli bildirimde bulunmayan veya eksik bildirimde bulunan basın-yayın kuruluşu sahibi Genel Müdürlükçe uyarılır. Bu uyarıya rağmen on beş gün içinde istenilenlerin yerine getirilmemesi halinde bu yayın organı sahip ve mensuplarının basın kartı vize edilmez.

Bu Yönetmeliğin 30'uncu maddesi kapsamında basın kartı taşıyanların durumları da her yılın aralık ayı içinde yeniden değerlendirilir.

Kartların Toptan Değiştirilmesi:

Madde 48- Genel Müdürlükçe kartların toptan değiştirilmesine karar verilmesi halinde,

a) Kart değişikliğini düzenleyen genelge, yeni basın kartı örneği ve imza sirküleri ile birlikte valiliklere, il müdürlüklerine, basın-yayın meslek kuruluşlarına ve gerekli görülen kamu kurum ve kuruluşlarına gönderilir. Ayrıca Anadolu Ajansı ve Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu aracılığıyla da duyurulur.

b) Duyuru üzerine, basın kartı sahipleri bu Yönetmeliğin 23'üncü maddesindeki usul ve belgelerle yeni basın kartı almak üzere yetkili makamlara başvururlar.

c) Kart değişikliğini takiben yeni basın kartı alanların ad-soyadı ve mensubu oldukları yayın kuruluşunu gösterir listeler Komisyonda temsil edilen basın-yayın meslek kuruluşlarına gönderilir.

Basın Trafik Kartı:

Madde 49- Basın trafik kartının verilmesi, kullanılması, sağlayacağı kolaylıklar ve gerektiğinde geri alınmasına ait esaslar ve usuller, Genel Müdürlük ve Emniyet Genel Müdürlüğünce birlikte tespit edilerek ilgililere duyurulur.

Basın Kartının Kaybı ve Yıpranması:

Madde 50- Basın kartını kaybedenler, durumu ilan ettirdikleri mahalli gazete nüshası, iki fotoğraf ve halen çalıştıklarını belirten belgeyi ekledikleri dilekçe ile Yönetmeliğin 23'üncü maddesinde belirtilen yetkili merciler aracılığıyla basın kartı talep edebilirler.

Bir takvim yılı içinde iki defadan fazla kayıp ve yıpranma nedeniyle basın kartı talebinde bulunulamaz.

İade Yükümlülüğüne Uymama:

Madde 51- Bu Yönetmelik hükümleri gereğince iade etmeleri gereken basın kartını iade etmeyerek kullanmaya devam edenler hakkında Türk Ceza Kanunu hükümlerine göre kovuşturma yapılır.

Basın Kartına Benzer Kart Düzenleme:

Madde 52- Genel Müdürlükçe verilen basın kartlarına dizgi, fon, tertip, şekil ve renk bakımından benzer kart düzenlemiş ve/veya bu kartları kullanmış olanlara, şartları taşısalar dahi basın kartı verilmez. Düzenleyenlerin basın kartı var ise, bu kartlar derhal iptal edilir. Türk Ceza Kanununun bu konudaki hükümleri saklıdır.

Saklı Haklar:

Madde 53- Bundan önceki Yönetmeliklere dayanarak usulünce verilmiş olan basın şeref kartları ile sürekli nitelikteki basın kartları hamillerinin hakları saklıdır.

Yürürlükten Kaldırılan Yönetmelik:

Madde 54- 09.08.1998 tarihli ve 23428 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Basın Kartları Yönetmeliği yürürlükten kaldırılmıştır.

Geçici Madde 1- Radyo ve Televizyon Üst Kurulunca 10.03.1995 tarih ve 22223 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Radyo ve Televizyon Kuruluşlarına Kanal veya Frekans Tahsisi Şartları ve Bunlara İlişkin İhale Usulleri İle Yayın Lisansı ve İzni Yönetmeliğinin geçici 3'üncü maddesine dayanarak, yayınlarını fiilen sürdüren özel radyo

ve televizyonların mensuplarına, anılan Yönetmeliğin 7'nci maddesine göre herhangi bir mahkumiyetlerinin bulunmaması ve bu Yönetmeliğin aradığı nitelikleri haiz olmaları şartıyla, basın kartı verilebilir.

Yayın lisans ve izni alamayan özel radyo ve televizyon kuruluşları mensuplarına verilmiş bulunan basın kartları iptal edilir.

Geçici Madde 2- 09.08.1998 tarihli ve 23428 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Basın Kartları Yönetmeliği gereğince basın kartı almış olmakla beraber, bu Yönetmelik hükümleri gereğince basın kartı alamayacak durumda bulunanlar, Genel Müdürlükçe yapılacak ilk genel kart değişimine kadar ellerindeki basın kartını kullanmaya devam ederler.

Geçici Madde 3- 09.08.1998 tarihli ve 23428 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Basın Kartları Yönetmeliğinin 39'uncu maddesi ile 68'inci maddesinin ikinci fıkrasına göre belirli sürelerle basın kartı taşıyama cezası almış kart sahiplerinin kalan ceza süreleri, bu Yönetmeliğin 5'inci maddesinde aranan nitelikleri taşımaları ve bu Yönetmeliğin yayım tarihinden itibaren altı ay içinde basın kartı talebinde bulunmaları şartıyla uygulanmaz.

Geçici Madde 4- (Resmi Gazete: 31.12.2001 t. ve 24627 s.)
Bu Yönetmeliğin 30'uncu maddesi hükümlerine göre,

- a) Basın kartı almış ve taşıma sürelerini tamamlamış gazetecilere 31.12.2002'ye kadar,
- b) Basın kartı almış ve taşıma sürelerini doldurmamış gazetecilere, taşıma sürelerinin hitamından itibaren 1 yıl,
- c) Basın kartı almak üzere 31.12.2001-31.12.2002 tarihleri arasında başvuruda bulunacak gazetecilere taşıma sürelerinin hitamından itibaren 1 yıl, geçerli olmak üzere, talepleri halinde 30'uncu madde hükümlerine göre yeniden basın kartı verilebilir.

Yürürlük:

Madde 55- Bu Yönetmelik yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Yürütme:

Madde 56- Bu Yönetmelik hükümlerini Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğünün bağlı bulunduğu Devlet Bakanı yürütür.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

2. Ulusal İletişim Kongresi 23, 24, 25, Mayıs 2001. Cilt II. Aria. İstanbul, 2001.
- Akçalı, Selda İçin. Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. Ankara, 2002.
- Akgüner, Tayfun. Ersa İlal. Gürsel Öngören. Kitle İletişim Mevzuatı. DER Yayınları. İstanbul, 1995.
- Aksoy, Metin. Devlet ve Basın. Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları. Ankara, 1993.
- Aksoy, Ömer Asım. Dil Yanlılıkları. 5. Basım. Adam Yayınları. İstanbul, 1995.
- Akşın, Sina. Kısa Türkiye Tarihi. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları. İstanbul, Kasım 2007.
- Albert, Pierre. Histoire de la Presse. Presses Universitaires de France. Paris, 1993.
- Alemdar, Korkmaz. Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar. Afa Yayıncılık A. Ş. İstanbul, 1999.
- Alemdar, Zeynep. Oyunun Kuralı “Basında Özdenetim”. Bilgi Yayınevi. Ankara, Kasım 1990.
- Altun, Abdülrezak. Türkiye’de Gazetecilik ve Gazeteciler. Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları. Ankara, 1995.
- Alver, Füsün. Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri. Beta Basım A.Ş. İstanbul, 2007.
- Ansiklopedik Kültür Sözlüğü. Altın Kitaplar. İstanbul, 1983.
- Armaoğlu, Fahir H. Siyasi Tarih 1789-1960. Sevinç Matbaası. Ankara, 1964.
- Aslan, Kemal. Haberin Yol Haritası. Anahtar Kitaplar Yayınevi. İstanbul, Nisan 2002.
- Atabek, Nejdet. Erdal Dağtaş. Kamuoyu ve İletişim. Anadolu Üniversitesi Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma

Çalışmaları Vakfı Yayını. Eskişehir, 1998.

Atabek, Ümit. İletişim ve Teknoloji. Seçkin Yayıncılık. Ankara, 2001.

Atılgan, Semra. Türk Basın Sendikacılığı'nda Gazetecilerin Yasal Hakları. BAS-HAŞ Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını. İstanbul, Şubat 2001.

Avcı, Nabi. Enformatik Cehalet. Rehber Yayınları. Ankara, 1990.

Balkanlar. Ortadoğu ve Balkan İncelemeleri Vakfı (OBİV) Yayınları. İstanbul, 1993.

Balle, Francis. Médias et Sociétés. Montchrestien E. J. A. Paris, 1999.

Basın İlan Kurumu 1999 Yılı Faaliyet Raporu. İstanbul, 2000.

Basın İlan Kurumu 2006 Yılı Faaliyet Raporu. İstanbul, 2007.

Basın Konseyi 1989 Yıllık Raporu. Hürriyet Ofset A. Ş. İstanbul, 1990.

Basın Konseyi 1990 Yıllık Raporu. Ercan Ofset. İstanbul, 1991.

Basın Konseyi 1991 Yıllık Raporu. Ercan Ofset. İstanbul, 1992

Basın Konseyi 1992 Yıllık Raporu. Ufuk Matbaası. İstanbul, 1993.

Basın Konseyi 1993 Yıllık Raporu. Ufuk Reklamcılık-Matbaacılık. İstanbul, 1994.

Basın Konseyi 1994 Yıllık Raporu. Ufuk Reklamcılık-Matbaacılık. İstanbul, 1995.

Basın Konseyi 1995 Yıllık Raporu. Ceylan Matbaası. İstanbul, 1996.

Basın Konseyi 1996 Yıllık Raporu. Kaya Matbaacılık. İstanbul, 1997.

Basın Konseyi 1997 Yıllık Raporu. Kaya Matbaacılık.

İstanbul, 1998.
Basın Konseyi 1998 Yıllık Raporu. Özal Matbaası.
İstanbul, 1999.
Basın Konseyi 1999 Yıllık Raporu. Acar Matbaası.
İstanbul, 2000.
Basın Konseyi 2000 Yıllık Raporu. Meldam Matbaa.
İstanbul, 2001.
Basın Konseyi 2001 Yıllık Raporu. Cem Ofset. İstanbul,
2002.
Basın Konseyi 2002 Yıllık Raporu. Meldam Matbaa.
İstanbul, 2003.
Basın Konseyi 2003 Yıllık Raporu. Cem Ofset. İstanbul,
2004.
Basın Konseyi 2004 Yıllık Raporu. Cem Ofset. İstanbul,
2005.
Basın Konseyi 2005 Yıllık Raporu. Cem Ofset. İstanbul,
2006.
Basın Konseyi 2006 Yıllık Raporu. Cem Ofset. İstanbul,
2007.
Basın Konseyi Sözleşmesi ve Basın Meslek ilkeleri. Cem
Ofset. İstanbul, 2003.
Basın Sözlüğü. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi
Yayını. İstanbul, Kasım 1998.
Basında Tekelleşmeler. TÜSES ve İLAD Ortak Yayını.
İstanbul, 1989.
Başkut, Cevat Fehmi. Gazetecilik Dersleri. 2. Baskı. Ser-
met Matbaası. İstanbul, 1967.
Baud, Francis. Les Relations Humaines. Presses Universi-
taires de France. Paris, 1974.
Bauman, Zygmund. Küreselleşme Toplumsal Sonuçları.
Çev. A. Yılmaz. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, 1999.
Baykal, Hülya. Türk Basın Tarihi 1831-1923, Tanzimat-
Meşrutiyet-Millî Mücadele Dönemleri. Afa Matbaacılık.

- İstanbul, 1990.
- Bektaş, Arsev. Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi. Bağlam Yayınları. İstanbul, Mayıs 1996.
- Belsey, Andrew. Ruth Chadwick. Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar. Çev. Nurçay Türkoğlu. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, 1998.
- Besen, Haluk. Türkiye’de Gazetecilik, Gazeteler, Gazeteciler. İnkılap Kitabevi. İstanbul, 1997.
- Bir Yönetim Aracı Olarak Örgütsel Haberleşme. Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 169. Ankara, 1974.
- Bohere, G. Gazetecilik Mesleği. Uluslararası Çalışma Örgütü. Ankara, 1986.
- Bostancı, Naci. Siyaset, Medya ve Ötesi. Vadi Yayınları. Ankara, 1998.
- Bumin, Kürşat. Medyakronik. İletişim Yayınları. İstanbul, 1998.
- Burton, Graeme. Görünenden Fazlası “Medya Analizlerine Giriş”. Çev. Nefin Dinç. Alan Yayıncılık. İstanbul, 1995.
- Bülbül, A. Rıdvan. Genel Gazetecilik Bilgileri. Damla Ofset. Konya, 2000.
- Bülbül, A. Rıdvan. Uluslararası İletişim. 3. Baskı. Damla Ofset. Konya, 2000.
- Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi. Milliyet Gazetecilik A. Ş. İstanbul, 1986.
- Charon, Jean-Marie. La Presse Quotidienne. Editions La Découverte. Paris, 1996.
- Charon, Jean-Marie. Medya Dünyası. İletişim Yayınları. İstanbul, 1992.
- Chomsky, Naom. Medya Denetimi. tümzamanlar yayıncılık. İstanbul, 1993.
- Çebi, Murat Sadullah. Haberi Anlamak. Gazi Kitabevi. Ankara, 2002.
- De Livois, René. Histoire de la Presse Française. Editions

- Spes-Lausanne. Paris, 1965.
- Demir, Vedat. Türkiye'de Medya ve Özdenetimi. İletişim Yayınları. İstanbul, 1998.
- Demirkent, Nezh. Medya Medya. Dünya Yayınları. İstanbul, 1995.
- Demokrasi, Özgürlük ve Basın. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, Mayıs 1997.
- Doğan, D. Mehmet. İletişim veya Dehşet Çağı. Timaş Yayınları. İstanbul, 1993.
- Domenach, Jean Marie. Politika ve Propaganda. Çev. Tahsin Yücel. Varlık Yayınları. İstanbul, 1995.
- Dorra, H.- G. Millet. Les Communications: L'Entretien Individuel. Dunod Economie. Paris, 1970.
- Dönmezer, Sulhi. Sosyoloji. Genişletilmiş 8. Basım. Savaş Yayınevi. Ankara, 1982.
- Dumanlı, Ekrem. Haber Kılavuzu (Habercinin El Kitabı). Zaman Kitap. İstanbul, Kasım 2003.
- Durkheim, Emile. Meslek Ahlakı. Çev. Mehmet Karasan. Milli Eğitim Basımevi. Ankara, 1986.
- Ellul, Jacques. Histoire de la Propagande. Presses Universitaires de France. Paris, 1967.
- Endüstri İşletmelerinde Haberleşme. Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 93. Ankara, 1970.
- Erdoğan, İrfan. İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş. İmge Kitabevi. Ankara, 1997.
- Erdoğan, İrfan. Korkmaz Alemdar. İletişim ve Toplum. Bilgi Yayınevi. Ankara, Mayıs 1990.
- Erdoğan, İrfan. Korkmaz Alemdar. Öteki Kuram, Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi. Erk Yayınları. Ankara, 2002.
- Ersöz, Ömer. 2000'li Yıllarda Yazılı Basının Geleceği. Doğan Ofset A. Ş. İstanbul, 1999.
- Fisher, Desmond. Le Droit à la Communication. Etudes et

Documents d'Information No: 94. Unesco. Paris, 1984.

Fiske, John. İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev. Süleyman İrvan. Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara, 1996.

Fransızca-Türkçe Büyük Sözlük. Milliyet Yayınları. İstanbul, 1990.

Gaillard, Philippe, Gazetecilik. Çev. Mehmet Selami Şakiroğlu. İletişim Yayınları. İstanbul, 1991.

Gazeteci Kimdir? Basın Konseyi Yayınları. İstanbul, 1993.

Gazeteciler İçin Cins Bakışı Sözlüğü. IPS İletişim Vakfı Yayını. İstanbul, 1998.

Gazeteciler İçin Pratik Kılavuz. IPS İletişim Vakfı Yayını. İstanbul, 1999.

Gazetecinin El Kitabı. Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı Yayını. İstanbul, 2000.

Genç Gazeteciler Eğitim Semineri. Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 1986.

Girgin, Atilla. Haber Yazmak. 3. Baskı. DER Yayınları. İstanbul, 2005.

Girgin, Atilla. Türk Basın Tarihi'nde Yerel Gazetecilik. İnkılap Kitabevi. İstanbul, 2001.

Girgin, Atilla. Uluslararası İletişim Haber Ajansları ve A. A. DER Yayınları. İstanbul, 2002.

Girgin, Atilla. Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i. 2. Baskı. İnkılap Kitabevi. İstanbul, 2003.

Gökçe, Orhan. İletişim Bilimine Giriş. Turhan Kitabevi. Ankara, 1998.

Gönenc, Özgür. "Agence France Presse ve Anadolu Ajansı'nın Karşılaştırılması". (Basılmamış Doktora Tezi. İstanbul Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2000)

Guillauma, Yves. La Presse en France. Editions La Découverte. Paris, 1990.

Güneş, Sadık. Medya ve Kültür. Vadi Yayınları. Ankara, 1996.

- Güvenç, Bozkurt. İnsan ve Kültür. Remzi Kitabevi. İstanbul, 1994.
- Güvenç, Nazım. Küreselleşme ve Türkiye. BDS Yayınları. İstanbul, 1998.
- Güvenilir Gazetecilik İçin Basın Konseyi. Mart Matbaası. İstanbul, 1996.
- Güz, Nurettin. Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları. Nobel Yayın Dağıtım. Ankara, Ağustos 2005.
- Hancock, Alan. La Planification de la Communication au Service du Développement. Presses de L'Unesco. Paris, 1982.
- Histoire Générale De La Presse Française (1815-1871). Presses Universitaires de France. Paris, 1969.
- Hürriyet Gazeteciliği. Doğan Kitapçılık A. Ş. İstanbul, Ekim 2003.
- İlgaz, Ceyda. Küreselleşme ve 1980 Sonrası Türk Toplumuna ve Basınına Yansıması. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını. İstanbul, 2000.
- İçel, Kayıhan. Kitle Haberleşme Hukuku. 3. Baskı. Beta A. Ş. İstanbul, 1990.
- İlal, Ersan. İletişim, Yıgınsal İletişim Araçları ve Toplum. DER Yayınları. İstanbul, 1989.
- İlhan, Atilla. Hangi Küreselleşme. Bilgi Yayınevi. Ankara, 1997.
- İnal, Ayşe. Haberi Okumak. Timuçin Yayınları. Ankara, 1996.
- İnceoğlu, Yasemin. Çeşitli Ülkelerde Medya. DER Yayınları. İstanbul, 1994.
- İnceoğlu, Yasemin. Uluslararası Medya "Medya Eleştirileri". DER Yayınları. İstanbul, 2004.
- İnceoğlu, Yasemin. Medya ve Toplum. DER Yayınları. İstanbul, 1998.

İnuğur, M. Nuri. Basın ve Yayın Tarihi. Çağlayan Basımevi. İstanbul, 1982.

İstanbul Türkçesi. Seyyar Kitap 10. İstanbul Büyükşehir

Belediyesi Kültür A. Ş. Yayınları. İstanbul, Ekim 2006.

Jeanneney, Jean-Noel. Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi. Çev. Esra Atuk. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul, 1998.

Jouet, Josiane et Sylvie Coudray. Les Nouvelles Technologies de Communication. Etudes et Documents d'Information No: 115. Paris, 1990.

Kabacalı, Alpay. Türk Basınında Demokrasi. Kültür Bakanlığı Yayınları. Ankara, 1994.

Kapani, Münci. Politika Bilimine Giriş. Bilgi Yayınevi. Ankara, 1995.

Karlık, Rıdvan. Küreselleşen Dünyada Uluslararası Kuruluşlar ve Entegrasyonlar. Anadolu Üniversitesi Basımevi. Eskişehir, 1995.

Kaya, A. Raşit. Kitle İletişim Sistemleri. Teori Yayınları. Ankara, 1985.

Ketenci, Hasan Fehmi. Can Bilgisi. Görsel İletişim ve Grafik Tasarımı. Beta Basım A. Ş. Vize-Kırklareli, Şubat 2006.

Kitle İletişim Araçları ve Kamuoyu. İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayını. İstanbul, 1994.

Koloğlu, Orhan. Havas-Reuter'den Anadolu Ajansı'na. Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları. Ankara, 1994.

Koloğlu, Orhan. Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi. Pozitif Yayınları. İstanbul, Ağustos 2006.

Koloğlu, Orhan. Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Basın İletişim Yayınları. İstanbul, Aralık 1994.

Korkmaz, Fahrettin. Tarihsel Süreçte Türkiye'de Basın Özgürlüğü. Atatürk Üniversitesi Yayınları No: 951. Ankara, 2005.

- Kovach, Bill. Tom Rosenstiel. *Gazeteciliğin Esasları*. ODTÜ Yayıncılık. Ankara, Ocak 2007.
- Küçük, Mehmet. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Ark Yayınevi. Ankara, 1994.
- Küreselleşme ve Modernleşme Sürecinde Kültürel Kimlik*. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 2001.
- L'Etat Des Médias. La Découverte-Médiaspouvoirs-CFPJ*. Paris, 1991.
- L'Europe de la Presse Quotidienne Regionale*. Les Editions du CFPJ. Paris, 1992.
- Martin-Lagardette, Jean-Luc. *Le Guide de L'Ecriture Journalistique*. La Découverte. Paris, 2003.
- Matelski, Marilyn. *TV Haberciliğinde Etik*. Çev. Bahar Öcal Düzgören. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul, 1996.
- Mathien, Michel. Catherine Conso. *Les Agences de Presse Internationales*. Presses Universitaires de France. Paris, 1997.
- Mathien, Michel. *La Presse Quotidienne Régionale*. Presses Universitaires de France. Paris, 1993.
- Mattelart, Arman ve Michele. *İletişim Kuramları Tarihi*. Çev. Merih Zıllıoğlu. İletişim Yayınları. İstanbul, 1998.
- McChesney, Robert W. *Küresel İletişimin Politik Ekonomisi*. Epos Yayınları-18. Ankara, 2003.
- Medya Eleştirileri*. Beta Basım Yayım A. Ş. İstanbul, 2005.
- Medya Okuryazarlığı*. Kalemus Yayıncılık. İstanbul, 2007.
- Medyada Olmayanlar (Medya Eleştirileri 2006)*. Beta Basım Yayım A. Ş. Vize /Kırklareli, Şubat 2006.
- Meyer, Philip. *Bilimsel Gazetecilik*. Anadolu Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Merkezi. Eskişehir, 1998.
- Mısırlı, İrfan. *Genel ve Teknik İletişim*. Detay Yayıncılık. Ankara, 2004.
- Middleton, John. *Approches de la Plannification de la Communication*. Les Presses de L'Unesco. Paris, 1982.

- Milburn, Michael A. Sosyal Psikolojik Açıdan Kamuoyu ve Siyaset. Çev. Ali Dönmez-Veli Duyan. İmge Kitabevi. Ankara, Haziran 1998.
- Monographies (I), (II), (III). Commission Internationale d'Etude sur les Problèmes de la Communication. Unesco. Paris, 1980.
- Morley, David. Kevin Robins. Kimlik Mekanları. Çev. Emrehan Zeybekoğlu. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, Mayıs 1997.
- Morresi, Enrico. Haber Etiği. Dost Kitabevi. Ankara, 2006.
- Mosca, Geatano. Siyasi Doktrinler Tarihi. Varlık Yayınları. İstanbul, 1968.
- Mowlana, Hamid. Laurie J. Wilson. Communications, Technologie et Développement. Etudes et Documents d'Information No: 101. Unesco. Paris, 1989.
- Muhabirin El Kitabı. Anadolu Ajansı Yayını: 2. Ankara, 2003.
- Nebiler, Halil. Medyanın Ekonomi Politigi. Sarmal Yayınevi. İstanbul, 1995.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. Kamuoyu, Suskunluk Sarmalının Keşfi. Çev. Murat Özkök. Dost Kitabevi. Ankara, 1998.
- Nuttall, Jon. Ahlak Üzerine Tartışmalar. Çev. Abdullah Yılmaz. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, Ocak 1997.
- Oktay, Mahmut. "Kitle İletişim Araçlarının Uluslararası Sorumluluğu ve İletişim Ahlak Kuralları". (Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.1990.)
- Oral, Fuat Süreyya. Türk Basın Tarihi, 1919-1965 Cumhuriyet Dönemi. Doğu Matbaacılık. Ankara, 1968.
- Ortaylı, İlber. İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı. Alkım Yayınevi. İstanbul, Ocak 2006.
- Oskay, Ünsal. İletişimin ABC'si. Simavi Yayınları. İstanbul, 1992.
- Oskay, Ünsal. Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş. Sevinç

- Matbaası. Ankara, 1969.
- Oskay, Ünsal. Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. DER Yayınları. İstanbul, 1993.
- Otan, Ümit. Babiliteli. İzmir Kitaplığı. İzmir, Mart 1995.
- Oury, Pascaline. Rédiger Pour Etre Lu. De Boeck Université. Bruxelles, 2000.
- Öke, M. Kemal. Gazeteci, Türkiye’de Basın Çalışanları Üzerine Bir İnceleme. Çağdaş Gazeteciler Derneği Yayınları. Ankara, 1994.
- Öngören, Gürsel. Uluslararası İletişim. DER Yayınları. İstanbul, 1995.
- Önür, Nimet. Medya ve Eğitim. Atilla Yayıncılık. Ankara, 1998.
- Özcan, Zafer. Uluslararası Haberleşme ve Az Gelişmiş Ülkeler. Dayanışma Yayınları. Ankara, 1983.
- Özdemir, Sadi. Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme. Timaş Yayınları. İstanbul, 1998.
- Özek, Çetin. Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına. ALFA Basım-Yayım-Dağıtım. İstanbul, Eylül 1999.
- Özerkan, Şengül. Medya, Dil ve İletişim. Martı Yayınevi. İstanbul, 2001.
- Özgen, Mahmut İhsan. İnsanlık ve Sosyolojik Boyutlarıyla Basın Meslek Ahlakı ve Yasalar. Filiz Kitabevi. İstanbul, 1994.
- Özgen, Murat. Gazetecinin Etik Kimliği. Genişletilmiş 3. Basım. Set-Systems. İstanbul, 2006.
- Özgen, Murat. Gazetecinin Etik Kimliği. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 1998.
- Özkaya, Yücel. Milli Mücadelede Atatürk ve Basın (1). Cumhuriyet Yayını. İstanbul, 2001.
- Özkök, Ertuğrul. Sanat, İletişim ve İktidar. Tan Yayıncılık. Ankara, 1982.
- Özön, Mustafa Nihat. Osmanlıca-Türkçe Sözlük. İnkılap

- ve Aka Kitabevleri. 4. Baskı. İstanbul, Ocak 1965.
- Özsever, Atilla. Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci. İmge Kitabevi. Ankara, Mayıs 2004.
- Pedler, Emmanuel. Sociologie De La Communication. Nathan Université. Paris, 2000.
- Perin, Cevdet. Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü. Remzi Kitabevi. İstanbul, 1974.
- Pigeat, Henri. Les Agences de Presse. La Documentation Française. Paris, 1997.
- Poole, Ross. Ahlak ve Modernlik. Çev. Mehmet Küçük. Ayrıntı Yayınları. İstanbul, Ekim 1993.
- Ramonet, Ignocio. Medyanın Zorbalığı. Çev. Aykut Derman. Om İletişim. İstanbul, 2000.
- Rapport Mondial Sur La Communication. Editions Unesco. Paris, 1997.
- Rigel, Nurdoğan. İleti Tasarımında Haber. DER Yayınları. İstanbul, 2000.
- Sağnak, Mehmet. Medya-Politik. Eti Kitapları. İstanbul, Aralık 1996.
- Sakaoğlu, Necdet. Bu Mülkün Sultanları. Oğlak Bilimsel Kitaplar. İstanbul, Ocak 2000.
- Sander, Oral. Siyasi Tarih İlkçağlardan 1918'e. 10. Baskı. İmge Kitabevi. Ankara, 2002.
- Sauvy, Alfred. L'Opinion Publique. Presses Universitaires de France. Paris, 1971.
- Schlapp, Hermann. Gazeteciliğe Giriş. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 2000.
- Schneider, Wolf. Paul-Josef Raue. Gazetecinin El Kitabı. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 2000.
- Seçim, Filiz. Seyfettin Turhan. Haber Ajansları. Anadolu Üniversitesi Yayınları. Eskişehir, 1994.
- Sezer, Duygu. Kamuoyu ve Dış Politika. Sevinç Matbaası. Ankara, 1972.

- Şenyapılı, Önder. Toplum ve İletişim. Turhan Kitabevi. Ankara, 1981.
- T. C. Anayasası. Kare Yayınları. İstanbul, 2003.
- Temel Britannica. Ana Yayıncılık A. Ş. Cilt 7. İstanbul, 1993.
- Textes Fondamentaux sur la Communication. Editions Unesco. Paris, 1998.
- The Media: And Introduction. Addison Wesley Longman Ltd. New York, 1998.
- Tılıç, L. Doğan. Utanıyorum Ama Gazeteciyim “Türkiye ve Yunanistan’da Gazetecilik”. İletişim Yayınları. İstanbul, 1998.
- Toffler, Alvin. Üçüncü Dalga. 3. Basım. Çev. Ali Seden. Altın Kitaplar Yayınevi. İstanbul, 1996.
- Tokgöz, Oya. Temel Gazetecilik. 3. Baskı. İmge Kitabevi. Ankara, 1994.
- Topuz, Hıfzı. Başlağıçtan Bugüne Türk Basın Tarihi. Gerçek Yayınevi. İstanbul, 1996.
- Topuz, Hıfzı. II. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. Remzi Kitabevi. İstanbul, Kasım 2003.
- Tunalı, İsmail. Felsefe. Altın Kitaplar. İstanbul, 1990.
- Tüfekçioğlu, Hayati. İletişim Sosyolojisine Başlağıç. DER Yayınları. İstanbul, 1997.
- Türk Basın-Yayın Mevzuatı. Basın-Yayın Genel Müdürlüğü. Ankara, 1977.
- Türk Basını’nın 5 Sorunu. Basın Konseyi Yayınları. İstanbul, 1989.
- Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu Yayınları. Ankara, 1988.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası ve Türkiye Büyük Millet Meclisi İçtüzüğü. TBMM Basımevi. Ankara, 1997.
- Türkiye Cumhuriyeti Tarihi I. Atatürk Araştırma Merkezi. Ankara, 2000.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti 1998-1999 Çalışma ve Hesap

- Raporu. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 2000.
- Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. İstanbul, 1998.
- Türkiye ve Almanya'da Gazetecilikte Etik. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 2000.
- Türkiye ve Almanya'da Yerel Gazetecilik. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 2000.
- Türkiye'de Yerel Basın. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. İstanbul, 2007.
- Türkoğlu, Nurçay. İletişim Bilimlerinden Kültürel Çalışmalara, Toplumsal İletişim, Tanımlar, Kavramlar, Tartışmalar. Babil Yayınları. İstanbul, Ekim 2004.
- Türkoğlu, Nurçay. Kitle İletişimi ve Kültür. Naos Yayınları. İstanbul, 2003.
- Uluç, Güliz. Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı. Anahtar Kitaplar Yayınevi. İstanbul, 2003.
- Usluata, Ayseli. İletişim. İletişim Yayınları. İstanbul, 1997.
- Uyguç, Ünal. Ali Genç. Radyo, Televizyon Haberciliği. Avcıol Basım-Yayın. İstanbul, 1998.
- Walker, Martin. Basının Gücü. Çev. Gülden Şen. Milliyet Yayınları. İstanbul, 1999.
- Yanikkaya, Berrin. "Televizyon Habercisi Olarak Kadınlar". (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü. 1999)
- Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları. Konrad Adenauer Vakfı. Ankara, 1998.
- Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (8-9 Ekim 1998, Elazığ). Konrad Adenauer Vakfı. İstanbul, 1998.
- Yerel Gazetecilik, Televizyonculuk ve Radyoculukta Meslek İçi Eğitim (9-10 Temmuz 1998, Isparta). Konrad Adenauer

- Vakfi. İstanbul, 1998.
- Yıldız, Cemal. Yazılı Basında Metin ve Manşet. Teknik Yayınevi. İstanbul, 2000.
- Yiğenoğlu, Çetin. Metelikten Medyaya. Çağdaş Yayınları. İstanbul, 1996.
- Yumlu, Konca. Kitle İletişim Araştırmaları. Neşe Yayıncılık. İzmir, 1990.
- Yücedoğan, Güleda. Türkiye ve Fransa'da Gazeteci Kimliği Sorunu. İstanbul Ü. İletişim Fakültesi Yayını. İstanbul, 1998.
- Yüksel, Erkan. Halil İbrahim Gürcan. Haber Toplama ve Yazma. Tablet Kitabevi. Konya, Nisan 2005.
- Zıllıoğlu, Merih. İletişim Nedir? Cem Yayınevi. İstanbul, 1993.

SÜRELİ YAYINLAR

4. Boyut. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi.

İstanbul, Nisan 1997.

Akademi İletişim. Sayı 6. İstanbul, 2006.

Birikim. No: 117. Ocak 1999.

Cogito. Güz 1998.

Doğu Batı Düşünce Dergisi. Sayı 4. Doğu Batı Yayınları.

Ankara, Mayıs 2004.

Hürriyet. 04 Temmuz 2007.

Hürriyet. 19 Ocak 2003.

İletim. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Uygulama

Gazetesi. İstanbul, Aralık 1999.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 19.

İstanbul, 2004.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 21.

İstanbul, 2005.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 22.

İstanbul, 2005.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 23.

İstanbul, 2005.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 24.

İstanbul, 2006.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 27.

İstanbul, 2006.

İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi No: 9.

İstanbul, 1999.

Marmara İletişim. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi

Yayını. Sayı: 11. İstanbul, Ocak 2001.

Milliyet. 01 Haziran 2007.

Özgür Basın. Basın Konseyi Aylık Bülteni. Doğan Ofset.

İstanbul, Mart-Nisan 2007.

Özgür Basın. Basın Konseyi Aylık Bülteni. Hürriyet Ofset.

İstanbul, Nisan-Mayıs 1995.
Radikal. 16 Ekim 1998.
RTÜK İletişim Dergisi. Ocak-Şubat 1999.
Star Pazar. 03 Ekim 1999.
Star. 22 Mart 2000.
Toplum ve Bilim. 67 Güz, 1995.
Yeni Türkiye. Medya Özel Sayısı. Ankara, 12/1996.

