



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR
ANABİLİM DALI**

**ÇANAKKALE YEREL GAZETECİLERİNİN
MEDYA ETİĞİNE YAKLAŞIMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BÜŞRA MISIRLIOĞLU

Tez Danışmanı

DR.ÖĞR.ÜYESİ ENGİN ÇAĞLAK

ÇANAKKALE – 2022



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

DİSİPLİNLERARASI MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI

ÇANAKKALE YEREL GAZETECİLERİNİN MEDYA ETİĞİNE YAKLAŞIMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Büşra MISIRLIOĞLU

Tez Danışmanı

Dr.Öğr.Üyesi Engin ÇAĞLAK

ÇANAKKALE – 2022



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ



LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Büşra MISIRLIOĞLU tarafından Dr. Öğr. Üyesi ENGİN ÇAĞLAK yönetiminde hazırlanan ve 31/08/2022 tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “Çanakkale Yerel Gazetecilerinin Medya Etiğine Yaklaşımı” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Dr.Öğr. Üyesi Engin ÇAĞLAK

.....

(Danışman)

Dr.Öğr. Üyesi Mustafa MAYDA

.....

Dr. Öğr. Üyesi Yasin SÖĞÜT

.....

Tez No : 10503459

Tez Savunma Tarihi : 31/08/2022

.....

Doç. Dr. Yener PAZARCIK

Enstitü Müdürü

.././20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Büşra MISIRLIOĞLU

(Tarih) .././20..

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleŐtirilmesinde, çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi ENGİN ÇAĞLAK'a, saygıdeğer hocalarım, Dr. Öğr. Üyesi Serhat ÇOBAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Kemal Cem BAYKAL'a ve çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen, hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teŐekkürlerimi sunarım.”

Büşra MISIRLIOĞLU

anakkale, Ağustos2022

ÖZET

ÇANAKKALE YEREL GAZETECİLERİNİN MEDYA ETİĞİNE YAKLAŞIMI

Büşra MISIRLIOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Disiplinlerarası Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Engin ÇAĞLAK

31/08/2022,75

Etik, felsefenin önemli alt alanlarından biridir. Özellikle günümüzde her meslek için belirlenen etik ilkeler bireylerin eylemlerini sınırlama ve meslek etiğinin uygulanması açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir. Toplum içinde bulunan her mesleğin bir görevi vardır ve toplumsal olarak düzenin bozulmaması için her bir meslek sahibinin etik ilkeler doğrultusunda mesleğini icra etmesi gerekmektedir. Meslek etiği noktasındaki iletişim araçlarıyla ilgili oluşabilecek sorunlar için de hem gazeteciler hem de medya sahiplerine yönelik etik ilkeler bulunmaktadır. Bu etik ilkeler genel olarak medya etiği başlığı altında ele alınmaktadır. Medya etiği, gazetecilerin ve medya sahiplerinin eylemlerini sınırlarken, medyanın topluma yönelik sorumluluğunu yerine getirmesiyle beraber aynı zamanda toplumun medyaya karşı güveninin sağlanmasında da önemli bir rol oynar.

Bu çalışmanın konusunu medya etiği ve medya etiğine yönelik yaşanabilecek sorunlar oluşturmaktadır. Çalışmada medya etiğine yönelik sorunlar yerel medya üzerinden ele alınırken, yerel medyanın etik ilkeleri uygulama noktasında ulusal medyaya göre daha sorunlu bir alan olduğu düşünülmektedir. Yerel medya konumu gereği daha küçük bir bölgede kısıtlı bir kitleye ulaşabilmektedir. Buna bağlı olarak çevre ile kurulan yakın ilişkiler, ekonomik kaygılar, profesyonel gazetecilerin az sayıda olması gibi nedenlerle medya çalışanlarının etik ilkelere uygun davranmasında zorluk oluşturduğu fikrinden çıkılarak çalışmanın araştırma alanı olarak yerel medya seçilmiştir.

Çalışmada veri toplama yöntemi, Nitel olarak 2. Ve 3. Veri kaynakları, nicel olarak da anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmanın güvenilirliği ve doğruluğu açısından yöntem olarak anket seçilmiştir. Örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi yöntem seçilmiştir. Çalışmanın evrenini ise Çanakkale'deki medya çalışanları oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler:Medya, Etik, Medya Etiği, Yerel Medya, Gazetecilik



ABSTRACT

CANAKKALE LOCAL JOURNALISTS' APPROACH TO MEDIA ETHICS

Büşra MISIRLIOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Universty

Graduate School of Education

Interdisciplinary Media and Cultural Studies Master's Thesis

Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Engin ÇAĞLAK

31/08/2022,75

Ethics is one of the important subfields of philosophy. Especially today, the ethical principles determined for each profession have a very important position in terms of limiting the actions of individuals and the application of professional ethics. Every profession in the society has a duty and in order not to disrupt the social order, each professional must practice his profession in line with ethical principles. At the point of professional ethics, there are ethical principles for both journalists and media owners for problems that may arise related to mass media. These ethical principles are generally discussed under the title of media ethics. Media ethics, while limiting the actions of journalists and media owners, plays an important role in ensuring the trust of the society towards the media, as well as fulfilling the responsibility of the media towards the society.

The subject of this study is media ethics and possible problems related to media ethics. In the study, while the problems related to media ethics are handled through the local media, it is thought that the local media is a more problematic area than the national media in terms of applying ethical principles. Due to its location, local media can reach a limited audience in a smaller region. Accordingly, the local media was chosen as the research area of the study, considering that the reasons such as close relations with the environment, economic concerns, and the low number of professional journalists create difficulties for media workers to act in accordance with ethical principles.

In the study, data collection method, 2nd and 3rd data sources as qualitative and survey method was applied quantitatively. Questionnaire was chosen as the method in terms of reliability and accuracy of the research. The simple random method was chosen as the sampling method. The universe of the study consists of the media workers in Çanakkale.

Keywords: Media, Ethics, Media Ethics, Local Media, Journalism



İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI.....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
SİMGELER ve KISALTMALAR.....	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Giriş.....	1
----------------	---

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE VE ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1 Etik ve Medya	3
2.1.1 Etik Kavramı ve Tarihçesi.....	3
2.1.2 Ahlak Kavramı ve Etik ile İlişkisi.....	5
2.1.3 Etik Teoriler	7
2.1.4 John Stuart Mill'in Faydacı Ahlakı	12
2.1.5 Meslek Etiği	14
2.2 Medya.....	16
2.2.1 Yerel Medya	16
2.2.2 Medya Etiği	17

2.2.3 Medyaya Yönelik Etik İlkeler.....	20
Doğruluk ve Dürüstlük İlkesi.....	21
Tarafsızlık ve Objektiflik İlkesi.....	22
Meslek Sırrı- Haber Kaynağına Saygı ve Sadık Olmak.....	24
Haber ve Yorum Ayrımı	24
Mahremiyet ya da Özel Hayatın Gizliliğine Saygı.....	25
Eleştiri Sınırını Aşmama – İftira, Hakaret, Kötüleme ve Asılsız İddialardan Kaçınma.....	27
Cevap ve Düzeltme Hakkına Saygı	28
Kişisel Çıkarlara Prim Verilmemesi.....	28
Gerçeklerin kurumsal çıkarlardan önce tutulması.....	29
Şiddete, Porno Yayınlar ve Terörizme Karşı Duruş Sergileme.....	29
2.2.4 Medya Etiğine İlişkin Çevresel Faktörler.....	30
Medyanın Mülkiyet Yapısından Kaynaklanan Sorunlar.....	30
Medya Sahibinin Tutumu.....	31
Tiraj ve Reklam-İlan Baskısı.....	31
Okur Temsilciliği/Ombudsmanlık Sisteminin Yetersizliği.....	31
2.2.5 Medya Etiği Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	31
2.3 Basın Kuramları.....	33
2.3.1 Otoriter Kuram	34
2.3.2 Liberal Kuram	34
2.3.3.Sosyal Sorumluluk Kuramı.....	35
2.3.4 Sosyalist Kuram.....	36
2.3.5 Gelişme Aracı Kuramı.....	36

2.3.6 Katılımcı Demokratik Medya Kuramı.....	37
2.4 Haber Kavramı ve Haberciliğin Tarihçesi.....	38
2.5 Medya Etiğine Yönelik Düzenlemeler.....	39
2.5.1 Gazeteciler Cemiyeti.....	39
2.5.2 Basın Ahlak Yasası ve Basın Şeref Divanı.....	40
2.5.3 Basın Konseyi.....	40
2.5.4 Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi.....	41
2.5.5 Basın İlan Kurumu.....	41
2.5.6 Uluslararası Gazeteciler Federasyonu.....	42
2.5.7 Okur Temsilciliği/Ombudsmanlık.....	42

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ/MATERYAL VE YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Problemi	43
3.2 Araştırmanın Amaç ve Önemi.....	43
3.3 Araştırmanın Sınırları	43
3.4 Araştırmanın Yöntemi	44
3.5 Veri Toplama Aracı	44
3.6 Verilerin Analizi.....	45

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1 Anket Sonuçları Analizi	45
-----------------------------------	----

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1 Sonuç	66
5.2 Öneriler	68
KAYNAKÇA	70



SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BKİ	Basın İlan Kurumu
BKÜK	Basın Konseyi Üyeler Kurulun
BKYK	Basın Konseyi Yüksek Kurulu
FIJ	Uluslararası Gazeteciler Federasyonu
TDK	Türk Dil Kurumu
TGC	Türkiye Gazeteciler Cemiyeti
TRT	Türk Radyo ve Televizyon Kurumu
%	Yüzde oranı

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1:	'Teleolojik Etik Şeması'	8
Şekil 2:	'Deontolojik Etik Şeması'	9
Şekil 3:	'Medyada yalan habere denk gelme durumu ilgili araştırma'	22
Şekil 4:	'Yazılı medyada yalan habere denk gelme durumuyla ilgili araştırma'	22
Şekil 5:	'Medyaya duyulan güvene yönelik araştırma'	24
Şekil 6:	'Basın Kuramları'	33
Şekil 7:	Cinsiyet	46
Şekil 8:	Yaş	47
Şekil 9:	Medeni Hal	48
Şekil 10:	Maddi Gelir	49
Şekil 11:	Eğitim Düzeyi	49
Şekil 12:	Mesleki Deneyim	50
Şekil 13:	Meslekten Memnun Olma	50
Şekil 14:	Gazeteci haberi kurgularken kendi dünya görüşünden(ideoloji) bağımsız olması mümkün değildir	51
Şekil 15:	Gazeteci hiçbir durumda habere kendi yorumunu katmamaktadır	52
Şekil 16:	Gazetecilerin eleştiri hakkı sınırlandırılmaktadır	53
Şekil 17:	Doğruluğu teyit edilmemiş haberler yayımlanmamaktadır	53
Şekil 18:	Gizli haber kaynakları kesinlikle açıklanmamaktadır	54
Şekil 19:	Habere konu olan kişi ya da kişilere cevap hakkı verilmektedir	55
Şekil 20:	Haberde kişilerin suçları kanıtlanana kadar masumdur ilkesi uygulanmalıdır	55
Şekil 21:	Haberlerde tecavüz mağdurunun kimliği her zaman gizlenmektedir	56

Şekil 22: Haber kaynaklarına daima mesafeli yaklaşılmaktadır.....	57
Şekil 23: Haberde cinsiyetçi ve her türlü ayrımcı dilden kaçınılmaktadır.....	58
Şekil 24: Medya patronu ya da siyasi kişilerden gelebilecek baskılar haberleri etkilememektedir.....	58
Şekil 25: Medya patronunun ideolojisi yapılan haberlerin içeriğini etkilememektedir.....	59
Şekil 26: Habere konu olacak olay ne olursa olsun kişilerin özel yaşamının gizliliği ilkesine her zaman saygı duyulmaktadır.....	60
Şekil 27: Gazeteciler olayları haberleştirirken kişisel çıkarları ön planda tutmamaktadırlar.....	60
Şekil 28: Kurumun siyasi yapısı ve bağları haberde gerçeklerin olduğu gibi aktarılmasında engel olmamaktadır.....	61
Şekil 29: Tiraj vb. kaygılarla şiddet haberleri magazinleştirilerek verilmemektedir.....	62
Şekil 30: Haber yazım aşamasında terörizm propagandası yapmamaya özen gösterilmektedir.....	62
Şekil 31: Medyanın bir endüstri haline gelerek kar/zarar ilişkisini ön planda tutması medya içeriklerini olumsuz yönde etkilemektedir.....	63
Şekil 32: Reklam geliri kaygısı, bölgedeki şirketlere yönelik yapılacak haberlerin içeriğini etkilemektedir.....	64
Şekil 33: Kurum içinde özgür bir basın ortamı olması tarafsızlık ve bağımsızlık açısından haber içeriklerini de olumlu yönde etkilemektedir.....	64

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1 Giriş

Medya, yasama, yürütme ve yargıdan sonra 4. Güç olarak nitelendirilmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden biri şüphesiz ki kitleleri etkileme noktasındaki gücüdür(Erdoğan, 2013:177)Sürekli olarak değişen ve gelişen teknoloji sayesinde kitle iletişim araçları da zaman içerisinde büyük değişimlere uğramıştır. Bu değişimler medyanın toplumlar üzerindeki etkisini arttırırken bir yandan da hedef kitlesini genişletmektedir.Buna bağlı olarakda medya çalışanları ve gazetecilerin topluma karşı sorumluluğu da artmaktadır. Medyanın bu sorumluluğunu yerine getirme noktasında en önemli etken olarak karşımıza etik kavramı çıkmaktadır. Toplumun medya kuruluşuna olan güveni ve kurumun saygınlığı açısından da etik kavramı oldukça önemlidir.

Felsefenin alt alanı olan etik, antik Yunandan günümüze dek tartışılmış ve farklı bakış açılarıyla ele alınmışoldukça geniş bir alandır.Etik çoğunlukla ahlak kavramı ile karıştırılmaktadır. Etik genel olarak,eylemleri ahlaki temellere dayandırarak üzerine düşünülen ve araştırmalar yapılan bir alandır.Özellikle günümüzde uygulamalı etiğin alt alanları olan;tıbbi etik, iş etiği, çevresel etik ve medya etiğini sıkça duymaktayız.

Medya etiği, medya çalışanlarının ve gazetecilerin uyması gereken etik ilkeleri kapsamaktadır (İrvan, 2005:62).Medyada etiği sorunlar ulusal, bölgesel ve yerel tüm medyalarda, görsel ya da yazılı olarak karşımıza çıkabilmektedir. Her meslek için etik ilkeler bulunmaktadır ancak medya etiğini önemli kılan nokta herhangi bir etik ihlal sonucunda yalnızca ihlali gerçekleştirenin değil, toplumun da bu durumdan etkilenecek olmasıdır. Ayrıca basının 4. Güç olduğu ve gazetecilerin, medya sahiplerinin üzerinde bulunan siyasi vb. baskılar da düşünüldüğünde etik ilkelerin uygulanması noktasında en önemli alanların başında gazetecilik gelmektedir.

Gazeteciler doğruluk, nesnellik, bağımsızlık vb. gibi etik ilkelere uygun şekilde haberlerini kurgulamaları gerekmektedir. Gazetecilerin uyması gereken etik ilkelerin dışında, gazetecilerin etik kodlara uygun olarak haberlerini yapabileceği uygun ortam da gerekmektedir. Dolayısıyla basın özgürlüğünün olmadığı bir yerde etikten söz etmek de doğru olmayacaktır. Medya bağımsız olduğu sürece sadece gerçek işlevini yerine getirecektir ve gazetecilerin en önemli görevi topluma karşı sorumluluğunun bilincinde

olarak doğru ve tarafsız bilgiyi aktarmaktır.Bununla beraber gazetecilerin haberi toplama ve yazma sürecinde de özel yaşama saygı, nefret söylemi vb. ilkeleri de dikkate alarak haberlerini kurgulaması gerekmektedir. Bunun için degazetecilerin etik ilkelere hâkim,profesyonel kişiler olması gerekmektedir.

Bu çalışmada da medyada ne gibi etik sorunların yaşanabileceği hem gazeteciler hem de habere konu olan kişiler açısından ele alınmıştır.Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel olarak 2. ve 3. Veri kaynakları, nicel olarak da anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada etik ilkelerin uygulanma ya da ihlal edilme durumunu ölçmek için anket yapılmış ve araştırma evreni olarak Çanakkale yerel gazetelerinde çalışanlar kişiler seçilmiştir.



İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Etik, belli zaman ve yerde yaşayan bir grup, cemaat veya toplumda kabul edilebilir olan davranış kodlarını ifade eder. Bu bağlamda etik pek çok alt alanda karşımıza çıkan bir kavramdır. Bu alanlardan biri de medya. Medyada da diğer alanlarda olduğu gibi profesyonellerin uyması için etik kodlar konur. Doğruluk ve nesnellik bu etik kodların başında gelir.

2.1 Etik ve Medya

Etik, felsefenin bir alt alanı olmasına rağmen özellikle son zamanlarda farklı alanlardaki araştırmalara konu olmaktadır. Bu alanlardan biri de şüphesiz ki medyadır. Medyanın toplum üzerindeki gücü düşünüldüğünde etik konusu medya alanında daha da önemli hale gelmektedir. Son yıllarda teknolojinin gelişmesiyle beraber artan iletişim araçları medyada etik sorunlar konusunu daha da görünür hale getirmiştir.

2.1.1 Etik Kavramı ve Tarihçesi

Her toplum, içinde kendine özgü değerler barındırır ve bu değerler o toplumda yaşayan insanların davranışlarında belirleyici bir role sahiptir. Bireyler herhangi bir eylemde bulunurken bu değerleri göz önünde bulundurur. İnsan eylemlerinin nasıl olması gerektiğine, neyin iyi-doğru ve bunların nedenlerine dair düşünürken karşımıza etik kavramı çıkmaktadır. Etik üzerine pek çok görüş olmasına rağmen etik için temel olarak, bir kişinin herhangi bir konu hakkında var olan ahlaki değerlere dayanarak bireyin nasıl doğru veya iyi olacak şekilde davranabileceği üzerine araştırmalar yapılan felsefenin önemli alanıdır(Boone,2020:10).

Her ne kadar kolektif bir kavram gibi gözükse de niyet gibi öznel durumları da içinde barındıran geniş kapsamlı bir alandır.Etik, eylem ya da eylemin ahlaki olma durumundan daha ziyade eylemin neye göre iyi olduğu, değer yargılarının nasıl oluştuğu ve bireyin ahlaki davranışınınarkasında yatan nedenler üzerine düşünür. Buna bağlı olarak belli başlı sorular ortaya koyar. Ahlaklı olan nedir, ahlaki yargılar nasıl oluşur, nesnel bir ahlakilikten söz edilebilir mi, eylem nesnel bir ahlaki değer çerçevesinde ele alınamıyorsa nasıl bir değerlendirme yapılabilir, bir eylemin iyi olduğu fikrine neye göre karar veririz gibi sorular etiğin üzerinde çalıştığı başlıca konuları oluşturmaktadır(Kesgin, 2009:145).

Etik köken olarak Yunanca'daki ethos kelimesinden gelmekle beraber iki ayrı anlama sahiptir. Bunlardan ilki ethos; alışkanlık, gelenek ve töre'' anlamına gelirken diğer ve öz anlamıyla etik yani ethikos bu geleneksel eylem kurallarının bilincinde olan ve bu kuralları uygulayarak arzu edilen iyiyi hayatında alışkanlık haline getirebilmiş kişi anlamına gelmektedir(Pieper,2012:31).

Felsefe yedinci yüzyılda antik Yunan düşünürleri tarafından sayesinde en parlak dönemini yaşayan Yunan felsefesinin bu döneminde batı düşünce tarihinin en önemli isimlerinin yer almaktaydı. Bunlar; Sokrates, Platon ve Aristoteles'ti. Bu isimlerden çok daha önce batı düşüncesinin temelleri atılmış olsa da, bu üç isim günümüzde bile düşünce tarihinin en etkili insanları olarak bilinmektedir(Boone,2010:13). Etiğe dair araştırmalarda da şüphesiz ki ilk olarak bu isimler karşımıza çıkmaktadır.

Etik kavramı düşünce tarihi boyunca filozofların ele aldıkları konular içinde en dikkat çeken konulardan biridir. Etik ve ahlak kavramlarının birbirlerine yakın olması ve etiğin çoğu kaynakta ahlak ya da ahlak felsefesi olarak adlandırılması pek çok araştırmacının da konuya yönelmesini sağlamıştır.

Etik denildiğinde akla çok sayıda isim gelse de ilk olarak Sokrates'i ele almamız gerekir. Etik ile ilgili ana çerçeveyi oluşturan Sokrates, Yunan halkına sorular sorarak bir tartışma ortamı yaratmayı ve bu sayede de hakikate ulaşmayı amaçlamıştı. Ancak ardında yazılı bir kaynak bırakmamıştır. Bu noktada Platon karşımıza çıkar. Platon'un aktardıkları sayesinde bugün Sokrates etiği üzerine (Polat,2018:29). Bazı noktalarda farklı görüşlere sahip olsalar da Platon'un etik anlayışının şekillenmesinde akıl hocası Sokrates'in görüşleri etkili olmuştur. İki filozof da Sofistlerin, insandan insana değişen göreceli etik kavramını eleştirmiş ve tam tersini savunmuşlardır.

Sokrates etiğine göre doğru eylem aynı zamanda iyi olandır ve bu doğrular kişiden kişiye değişmeyen evrensel boyutlara sahiptir. Sokrates evrensel ahlaki değerlere odaklanırken diğer filozoflardan farklı olarak dış etkenlere değil, bireyin kendisine odaklanmıştır. Ona göre insan bilinçli bir şekilde hataya düşmez, bir insanın hata yapmasının nedeni yanlış bilgiye sahip olmasından kaynaklanmaktadır(Düzgün,2013:6).

Hocası Sokrates'in düşüncelerinden etkilenen Platon da evrensel bir iyi yaşamın ve eylemin varlığından söz eder. Bu iyi eylemin ne olduğunu bilen insanın da aksi şekilde bir davranışta bulunmaya hakkı olmadığını vurgular. İnsan pratiğini daima idealar üzerinden

ele alan Platon, etik konusunda da ideal toplumun ancak ahlaklı davranışlarla mümkün olabileceği ve ahlaklı davranışın da insanın içindeki iyilikle mümkün olabileceği görüşündeydi. Sokrates'in ölümünden sonra Atina'da kurduğu Yunanistan'da ortaya çıkmıştır. Evren, varlık, yaşam ve politika gibi konular üzerinde düşünen filozoflar akademi ile felsefe alanına büyük katkılarda bulunmuş ve çok sayıda öğrenci yetiştirmiştir(Bilge,2012:98).

Etik ile ilgili çalışan önemli filozoflardan biri de şüphesiz ki Aristoteles'ti. Etiği diğer felsefe türlerinden ayrı tutup bağımsız bir alan olarak ele alan ilk filozoftur. Herkesin kendisi için en iyiyi istediğini ancak bu iyinin kişiden kişiye ve hatta kişinin o anki durumuna göre de değişebileceğini, biri için iyi olan bir durumun başkası için iyi olmayabileceğini söyler. Her ne kadar Platon'un öğrencisi olsa da etik konusunda oldukça farklı görüşlere sahiptir. Aristo etiğinde eylemleri amaçsal ve araçsal olarak ikiye ayırmıştır(Tekerek,2008:65).

Platon'un aksine mutlak bir iyi ve kötü anlayışından bahsetmez, ona göre iyi ve kötü kavramları bundan daha fazlasıdır. Etik davranışı, yalnızca kişinin bilgisine bağlı olarak değil aynı zamanda kişinin etik eylemi tercih etmesine de bağlı olduğu görüşüyle farklı bir bakış açısı ortaya atmıştır. En bilindik eseri Nikomakhos'a Etik'tir. Babasına ithaf ettiği söylenen bu eserde mutluluk ve erdem kavramları geniş bir perspektifle ele alınarak, iyilik ederek daha iyi bir insan olunabileceği konusunda insanları aydınlatmak amacıyla kendi bilgilerini aktarmıştır(Pieper,2012:30).

2.1.2. Ahlak Kavramı'nın Etik İle İlişkisi

Etik ve ahlak kavramları geçmişten günümüze kadar pek çok araştırmacının ilgisini çekmiştir. Bu durumun en önemli sebeplerinden biri; iki kavramın çoğu kaynakta birbiriyle eş anlamlı olarak kullanılması ve konu hakkında çok fazla kaynak olmasıyla beraber her araştırmacının konuya farklı perspektiflerden bakmasıdır. Etik ve ahlak, aynı anlama gelen kavramlar olmasalar da birbirlerini tamamlamaktadırlar. Öncelikle ahlak kelimesine baktığımızda arapçakökenli olduğunu görmekteyiz. "Hulk" ve "huluk" kelimelerinin çoğulu olarak yer alan ahlak; yaratılış, huy, mizaç, gelenek, adet ve alışkanlık gibi pek çok anlama gelmektedir. Ahlakın batı dillerindeki karşılığı ise Latince "mos" kökünden türemiş olan "moral" kelimesidir(Bodur,2017:162). Burada önemli olan nokta ahlak kelimesinin hem Latince hem de Yunancada töre, gelenek ve alışkanlık gibi anlamlara

gelmesidir. Etimolojik olarak anlamları birbirlerine benze de yapı bakımından oldukça farklıdır. Ahlak; tarihsel olarak herhangi bir dönemde, belli bir kişi, grup, topluluk ya da bir ulusun hayatına yerleşmiş olan ve bireylerin eylemlerinde belirleyici rol oynayan inanç, norm, buyruk ve yasakların tümüdür denilebilir(Özlem, 2010:11).

En temel anlamıyla gün içerisinde bulunduğumuz eylemlerin doğru ya da yanlış, iyi ya da kötü olduğu noktasında ahlak yani ahlaki değerler belirleyici bir unsurdur. Bu noktada ahlakın evrensel boyutunu kavramak daha kolay olacaktır. Ahlaki değerler farklı etkenlerle değişiklik gösterse de bazı noktalarda evrensel ahlaktan söz etmek zorundayız. Her toplumda zorunlu olarak sağlanması gereken düzen, bu ahlaki değerler olmadan mümkün değildir. Özgürlük, eşitlik ve adalet gibi belli başlı değerlerden eksik olan her toplumda şüphesiz ki ahlak sekteye uğrayacaktır(Pieper,2012:37).

Ahlaki değerler, meslekler arasında da farklılık göstermektedir. Örneğin bir gazeteci için yalan haber yapmak meslek ahlakı açısından sorun oluştursa da bir avukat için yalan söyleyen bir müvekkili savunmak ve en az cezayı almasını sağlamak mesleğinin getirdiği bir yükümlülüktür. Bu duruma bağlı olarak her meslek kendine özgü ahlaki normlar belirlemiştir. İnsan davranışlarıyla ilgili yapılması gerekenlere yönelik bir çerçeve belirlemek ahlakın temel konusunu oluşturmaktadır. Etik ise ahlaki değerlerle ilgili düşünür ve sorular sorar, yani etik ahlakı kapsayan bir felsefe disiplini dir diyebiliriz(Özlem, 2010:18).

Etik var olan ahlaki değerlerle ilgili değil o ahlaki değer arkasında yatan nedenler ve nasıllar üzerine düşünür. Eylemin yanlış veya doğruluğuyla ilgilenmez, eylemle ilgili bu yargılara nasıl varıldığı etiğin ilgi alanına girer(Sayan,2020:152).

Ahlak ise yanlış veya doğru davranışların neler olduğunu belirleyen normlar üzerine yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla toplum içine yerleşmiş olan değerler karşımıza ahlak olarak çıkar ve bir eylemin doğru ya da yanlış olma durumu da ahlakın alanına girmektedir. Ahlak; kültürel değerler, inanç vb. gibi etkenlere bağlı olarak şekillenir ve bu etkenlere göre belirlenen davranışlar üzerinden giderken etik, bu etkenlerin ve arkasında yatan nedenler ile ilgilenmektedir(Atatunç,2006:13).

Etik, eylemlerimizi temellendirme noktasında karşımıza çıkar ve eylemleri iyi ya da doğru olarak nitelendirirken ödev, gereklilik gibi kavramlardan faydalanarak eylemleri

anlamaya, üzerinde düşünmeye çalışır. Ahlak ise sadece yapılan eylemler üzerine odaklanır(Yeşilyurt,2019:54).

Ahlak toplumlarda en baştan beri olanağları olduğu gibi bireye aktarır.Ahlaki davranışlarla, etiği ilkelerle düşünmek gerekir. Ahlak birbirinden farklılık gösteren yazısız davranış kurallarını kapsar. Etik ise bireysel, toplumsal ve mesleki olarak belirli alanlara ayrılmıştır. Burada özellikle toplumsal etik, toplum içi düzenin istikrarı açısından büyük öneme sahiptir.Bu sınıflandırmaların içinde yalnızca mesleki etiğin sınırlılıkları evrensel olarak çeşitli ilkelerle belirlenmiştir. Bakıldığında her iki kavram da özünde hem bireyselliği hem de toplumsal bir durumu barındırır(Yılmaz,2009:133).

Tüm bunlar göz önüne alındığında etiğin çoğu kaynakta ahlak felsefesi olarak yer alması olağan gözükmektedir. Kişi ahlak üzerine düşünmeye başlayarak felsefeye, dolayısıyla da ahlak felsefesine adım atmış olur. Burada bir diğer önemli noktaahlak konusunda karşımıza vicdan kavramı çıkarken etikte ise belirli temel ilkeler çıkmaktadır(Özlem,2010:20).

2.1.3Etik Teoriler

Antikçağ filozoflarından günümüz araştırmacılarına kadar pek çok isim etik konusu üzerine çalışmıştır. Felsefenin temel disiplinlerinden biri olan etiği tanımlamak konusunda ortaya çıkan fikir ayrılıkları kadar etiğin çeşitleri de araştırmacılar tarafından sıkça tartışılan konulardan biri olmuştur. Genel olarak baktığımızda ise insan eylemlerine odaklanılırken karşımıza; betimleyici, normatif ve meta etik olmak üzere üç farklı başlık çıkmaktadır. Son yıllarda etik alanıyla ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ise mesleki etiğe yönelik çalışmalara daha çok yönelim olduğunu görmekteyiz ancak bu konuyu ayrı bir başlık altında geniş bir çerçeveye ele alacağız. Bu başlık altında ilk olarak betimleyici ve meta etiğe, daha sonra ise daha karmaşık ve ayrıntı barındıran normatif etiğe değinilecektir.

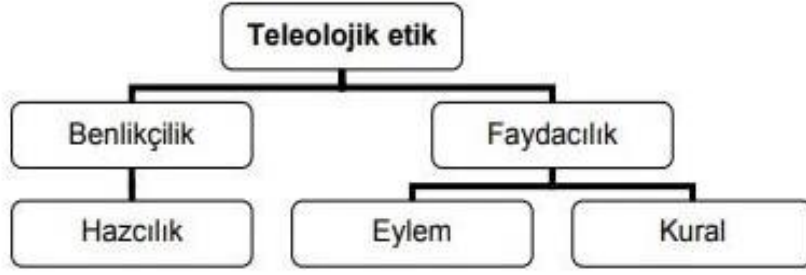
İnsanlar gün içinde sürekli bir eylemde bulunma halindedir ve bu eylemlerin hemen hemen hepsi kişinin ahlak anlayışıyla bağlantılıdır. Betimleyici etik, ahlaki eylemlerin nasıl olduğu ya da nasıl olması gerektiği konusuyla ilgilenmez. O daha çok, yapılmış ve sonlanmış eylemlerle ilgili düşünür(Kesgin,2009:154). Toplum içinde var olan ahlaki değerleri belirleyip, bu değerleri sosyoloji, psikoloji gibi disiplinler altında incelemeyi

amaçlamaktadır. Eylemlerle ilgili iyi-kötü gibi yargılara varmaz, isminden de anlaşılacağı gibi sadece toplumda yer alan normlara yönelik betimlemelerde bulunur.

Meta etik ise 20. Yüzyıl gibi oldukça yakın bir zamanda ortaya çıkmış Anglosakson felsefe anlayışıdır. Diğer etik türlerinden farklı olarak meta etik, etik düşünmenin temeline inerek analitik ve eleştirel bir inceleme yapar (Kesgin, 2009:157). Bir olgu karşısında yapılan ya da yapılması gereken eylemler yerine etiğe daha bilimsel yaklaşarak, etik kuramlar üzerine düşünürken konuyu daha eleştirel bir bakış açısıyla ele almayı amaçlar. Meta etik, konuşma dilinde geçen ahlaki ifadeleri açıklamaya çalışırken ahlaki davranışlara değil, ahlaki davranışların arkasında yatan normları analiz etmeye odaklanır (Pieper, 2012:81).

Normatif etik, betimleyici ve meta etikten farklı olarak eylemlerin ahlaki boyutuyla, eylemlere yöneltilen “niçin” sorusunun arkasındaki nedenlerle ilgilenir. İnsan yaşamında yer alan ahlaki değerlere bağlı olarak hangi eylemin iyi hangilerinin kötü olduğu normatif etiğin araştırma alanını oluşturur (Yılmaz, 2010:8). Buna bağlı olarak da, sonlanmış eylemler üzerine düşünen betimleyici etikten ayrılan normatif etik, bireyin eylemlerinin en iyi şekilde olmasına yönelik tanımlamaları en baştan belirleyen kural koyucu bir etik türüdür diyebiliriz. İnsan eylemleri, ahlaklı yaşam, en yüksek iyi, sonuç eylemciliği başlıca konuları oluşturur. Normatif etik de teleolojik, deontolojik ve erdem etiği olarak kendi içerisinde üç alt başlığa ayrılır (Boone, 2010:56).

Teleolojik etik, diğer bir ismiyle de sonuç etiği; isminden de anlaşılacağı üzere eylemin sonucuna odaklanarak, eylemlerin iyi ve doğru olarak adlandırılmasının, eylemin sonucuyla bağlantılı olduğu görüşüne dayanır. Kişinin, eylemlerinin sonuçlarını göz önüne alarak davranması gerektiğini savunur (Macit, 2009:84). Eylemin sonucu, ahlakiliği belirleyen bir ölçüt konumunda yer alır ve eğer eylemin sonucu iyiyse, eylem doğrudur. Teleolojik teoriye getirilen eleştiriler genel olarak “iyi” kavramı üzerinedir. Bu noktada teleolojik etikçiler de kendi içlerinde ortaya farklı görüşler atmışlardır.

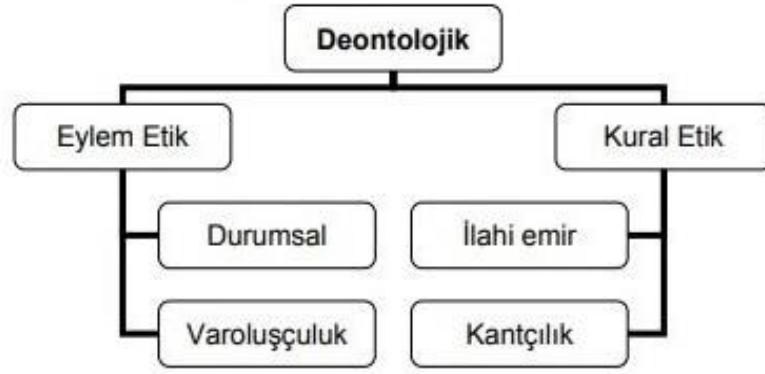


Şekil 1: Temel teolojik etik yaklaşımlar

Benlikçilik, diğer bir adıyla da egoizm; “benim için iyi olan şey, doğrudur” görüşünü savunur(Erdoğan,2006:7).Ben nasıl mutluyum ve mutlu olacaksam ona göre davranmalıyım diyen benlikçi anlayışın evrensel boyutunda da herkesin kendi mutlu olduğu şekilde eylemde bulunması gerektiğini söyler.

Hazcılık/hedonizme göre, en yüksek iyi olarak tanımlanan şey aynı zamanda da haz verendir(Macit,2009:85).Hazcılık denildiğinde akla gelen ilk ve en önemli isim Epiküros’tur. Ona göre insan ancak, hayatı boyunca ahlaklı olmaya çabalamak yerine kendi içine dönerek huzuru bularak gerçek mutluluğa erişebilir. Her insanın hayata geldiği andan itibaren içinde bir iyinin barındığını ve bu iyinin de hazın ta kendisi olduğu görüşündedir. Burada haz olarak bahsettiği kavramda yalnızca o anı değil, uzun bir süreyi kapsayan bir hazdan söz etmektedir(Koçyiğit,2017:27).Faydacılık/yararcı ahlak, Jeremy Bentham, John Stuart Mill gibi ünlü düşünürlerin ortaya attığı bir ahlak kuramıdır. İki isim de faydacı görüşü savunsa da ayrıldıkları noktalar vardır. Faydacılıkta ortak olan temel ilke ise mutluluk kavramıdır. Ulaşmak istenen en yüksek iyilik ve mutluluktur ama bu yeri geldiğinde başkalarının mutluluğu için kendi mutluluğunu ikinci plana atabilmeyi de gerektirir(Baykal,2018:158).Bu noktada faydacılık, benlikçi anlayıştan ayrılmaktadır.

Faydacılığın temeli antik çağ felsefesine dayansa da etik bir kuram olarak karşımıza 18. Yüzyılda çıkmaktadır(Işık,2014:144).Bentham’ın ileri sürdüğü ve Mill’in geliştirdiği kuramdan özellikle günümüzde de medya çalışmalarında sıkça yararlanılmaktadır.



Şekil 2: Temel deontolojik yaklaşımlar

Ahlak felsefesinin temellerinin atıldığı antik Yunan’dan gelen deontoloji kavramına baktığımızda ise kelimenin kökeni olan “deon”un Yunanca ödev kelimesine karşılık geldiğini görmekteyiz. Buna bağlı olarak kelimenin kökeninden de anlaşılacağı gibi deontolojik yaklaşımda ödev, görev gibi kavramlar üzerinde durulmaktadır. Bu zamana kadar etik üzerine atılan görüşlerde yer alan en yüksek oranda iyi ve mutluluk, Kant’ın etiğin temelinde başka bir kavram arama arayışıyla son bulmuş ve ödev etiği ortaya çıkmıştır (Boone, 2010: 81).

Ona göre ahlakın mutlulukla bir bağlantısı yoktur. Deontolojik etik teleolojik etiğin aksine eylemin sonucuna odaklanmaz. Eylemin sonucunun olumlu ya da olumsuz olması önemli değildir, asıl önemli olan eylem aşamasındaki niyettir (Özlem, 2010: 72). Deontolojik etiğe göre eylemin etik olma durumu değerlendirilirken mutluluk, fayda ve iyigibi kavramlara bakılması etiği kişiden kişiye göre değişen bir olgu olarak ele almak demektir. Ancak etik öznel değildir ve herkesin uygulayabileceği evrensel ahlak yasalarından oluşmalıdır (Esen, 2020: 301).

Etik teorilerden bahsederken son olarak uygulamalı etiğe de değinmemiz gerekmektedir. Etik ile ilgili genel düşüncenin aksine sadece kuramlardan oluşmamakla beraber son yıllarda özellikle davranışlar üzerindeki etkisine odaklanılmaktadır (Boone, 2010: 209). Uygulamalı etik özellikle günümüzde mesleklerin tümünde karşımıza çıkarken, meslekler içindeki eylemlerin sınırlarını belirleme noktasında önemli bir konumdadır. Etik ilkelerin gerçek hayatta uygulanmasıyla beraber, etik kavramı somut bir boyut kazanmıştır (Pieper, 2012: 85). Uygulamalı etik denildiğinde belirli etik ilkelerin uygulandığı meslek alanları akla gelmektedir. İnsanların ahlaki olarak karar alma

süreçlerinde başvurdukları bu etik değerler her meslek grubunda yer almaktadır. Bunlardan en bilineni ise Hipokrat Yemini olarak bildiğimiz tıp etiğidir.

Etiğin, felsefenin en fazla tartışılan ve çalışılan alanlarından biri olmasının bir sonucu olarak hakkında çok sayıda görüş ortaya atılmıştır. Yukarıda bahsettiğimiz teorilerin arkasında da bu teorileri ortaya atan ünlü düşünürler bulunmaktadır. Hatta bazı teoriler bu isimlerle özdeşleşmiştir. Bunlardan biri de Immanuel Kant'tır. Kant etiği, kendisiyle özdeşleşen ödev kavramıyla bütünleşmiş ve çoğu kaynakta da ödev ahlakı adıyla yer almıştır. Antik Çağlardan günümüze kadretik hakkında yer alan fikirlerin geneli eyleme ve sonuçlarına odaklanırken Kant bunlardan farklı olarak ilk defa eylemin arkasında yatan düşünceye dikkati çekmiştir(Kılıç,2015:94).

Herhangi bir davranışın ahlaklı olabilmesi için arkasında yatan istemenin ödev bilinciyle oluşmuş olması gerekmektedir. Dolayısıyla bu istemenin sonucunun iyi ya da kötü olması değil, isteme anında kişinin niyetinin iyi olması gerektiğinin önemli olduğunu belirtmektedir. Bir eylemin iyi olması da ancak eylemin dayanacağı yasa ile mümkündür. Etiğe kattığı bu farklı bakış açısı sayesinde Kant, felsefenin en önemli disiplinlerinden biri olan etik alanındaki önemli isimlerin başında gelmektedir(Yuksel,2015:15).

Kant da Sokrates ve Platon gibi ahlakın evrensel yasalarla çevrelenmesi gerektiğini düşünürken, kendisinden önce ortaya atılan teorilerde mutluluk ve en yüksek iyiye odaklanılmasını eleştirmiş ve ahlaki değerini telendirecek bir yasanın olması gerektiğini savunmuştur. Ona göre ahlaki ilkelerin tecrübeler sonucu değil, tamamen akıldan doğmuş olması bu ilkelerin en ideal ilkeler olduğunun göstergesidir. Ayrıca Kant'ın etik anlayışında akıl; iyi ve kötünün farkını ortaya koyabilme ve buna bağlı olarak da eylemlerin ahlaki olması konusunda sorumluluğu olan tek araçtır(Bezci,2005:51).

Etik anlayışının merkezine özgürlüğü koyan Kant'a göre, akılla konulan yasaların düzgün bir şekilde işlemeyle var olan özgürlük daha da sağlamlaşacaktır. Ancak bu belirli ahlaki yasalara uymayı ya da uymamayı her insan kendi iradesiyle belirler. Kant da yalnızca bu ahlak yasalarını bilen ve eylemlerini bu kurallara göre gerçekleştiren insanların özgür olduğunu belirtir(Ürek,2007:196). Ancak bazı istisnai durumlar da mevcuttur. Kant'ın ödev etiğinin eleştirildiği en önemli noktalardan birisi, toplum içinde yerleşik halde bulunan kuralların doğruluğunun akıl yoluyla açıklanamaması konusu

olmuştur(Bezci,2005:56).Eleştirilerin bir diğeri ise Kant'ın ahlaklılık üzerine yaptığı çalışmaların merkezine akılı koyarak diğeri tüm duyguları yok saymasına rağmen ödev etiğinin temelinde ahlak yasasına saygı ilkesini bulundurmasıdır(Ürek,2007:198).

Etik denildiğinde akla gelen bir diğeri isim de Emile Durkheim'dır. Durkheim'ın yaşadığı dönemde Fransa'nın Almanya ile savaşta olması ve iç ayaklanmalar gibi durumlar sosyolojiye bakış açısını büyük ölçüde etkilemiştir. Böyle bir ortamda toplumun yeniden toparlanabilmesi için toplum içinde yer alan hukuk, ahlak ve din kavramlarına odaklanması gerektiğini düşünmektedir(Becer,2017:86).Bunun bir sonucu olarak, sosyolog olan Durkheim çalışmalarında özellikle toplum ve ahlak kavramları üzerinde dururken toplumla ilgili ortaya koyduğu sorunların en önemli sebebinin de ahlakla ilgili sıkıntılardan kaynaklandığı ileri sürmektedir. Toplumda var olan yerleşik yapı ahlakidir ve bu ahlaki değerlerin eksikliğinde toplumun ayakta kalamayacağını, toplumun temel yapı taşı olan bu ahlakiliğın çeşitli kurallarla sınırının çizilmesinin önemine vurgu yapar. Bu kurallara bağlı olarak sonucunda ödül veya ceza olabilir ki bu da ahlaklı bireyler ve dolayısıyla da toplumsal düzenin sağlanması adına bir gerekliliktir(Özyurt,2007:96).

Burada bahsedilen ödül ve cezalandırma toplum içinde yer alan bireylerin toplumda var olan ahlaki değerlere uyum sağlaması adına yine toplumun uygulayacağı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplum ve ahlakı bir bütün olarak ele alan Durkheim, ahlaklı bir insanın toplumun da ahlaklı olmasına katkıda bulunduğunun altını çizirken asıl olarak belirtmek istediği ahlaki kuralların toplum yararı için olduğudur. Toplumsal düzenin olması gerektiği gibi ilerlemesi, ahlaka ve daha temeline bakıldığında da insana bağlıdır. Buna bağlı olarak Durkheim ahlakında, hem bazı iş alanlarında yer alan çalışanlara yönelik meslek ahlakını hem de toplum içindeki her bir bireyin uyması gereken ahlaki kuralların düzenlenmesinin toplum açısından önemine dikkat çekilmiştir(Özyurt,2007:97).

Durkheim'a göre olması gereken toplum, bireysellikten uzaklaşmış daha kolektif düşünen bir yapıdadır. Bunun için de en temelden başlayarak ahlak eğitimi üzerinde durulmalıdır(Aksakal,2021:513).Bu yüzdenideal toplumun oluşabilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için çocuklar oldukça önemli bir konumdadır. İdeal toplum ideal vatandaşla mümkündür ve toplumda ideal vatandaş yetiştirebilmek için ahlak eğitimi erken yaşlarda okullarda çocuklara verilmelidir. Ancak diğeri bir yandan da toplumda yer alan ahlaki ilkeleri uygulamayanların varlığının da olağan bir durum olduğundan bahseder. Eğer

toplumun tümü ahlaki ilkelere bağı olsaydı toplumdaki ahlakın gelişmesi açısından olumsuz bir durum olarak görülürdü(Eraş,2007:183).

2.1.4 John StuartMill'in Faydacı Ahlakı

En eski dönemlerden beri en yüksek mutluluk ve iyi üzerine sıkça düşünölmüş ve konu hakkındaki çalışmalara bakıldığında genel olarak ödev ahlakı ve faydacılık ön plana çıkmaktadır. Faydacılık eyleme değil sonuca bakılması gerektiğini savunurken en yüksek mutluluk kavramı çerçevesinde açıklamaya çalışır.Faydacılık denildiğinde faydacı ahlakın kurucuları olarak adlandırılan Jeremy Bentham ve John Stuart Mill akla gelmektedir. Bentham, Mill'in faydacı ahlaka yönelik fikirlerinin oluşmasında temel isimdir. Bentham da faydacı ahlakında diğer teorisyenlerde de olduğu gibi en yüksek mutluluk, haz ve acıya odaklanmıştır(Möngü,2015:26).

Ona göre en yüksek mutluluğa erişebilmenin temelinde haz ve acı birbirinden ayrılmaz önemli kavramlar olarak yer almaktadır. İnsanlar doğal olarak acıdan uzaklaşp hazza erişme eğilimindedir ancak her eylemin sonucunda haz elde edilemeyebilir ve önemli olan eylemin sonucudur. Eylem ancak sonucuna göre erdemli ya da erdemli değil şeklinde nitelendirilebilir. Bentham'ın haz kavramı fayda ve mutlulukla eş değerdir. Buna bağılı olarak Bentham faydacı ahlakında haz konusuna ağırlık vermiş ve eylemlerden alınan hazların ölçülmesiyle ahlaki sorunların çözüleceğini öne sürmüştür(Diş,2017:83).

Mill de Bentham'dan etkilenmiş ve eylemler için en önemli unsurun fayda sağlaması olduğunu savunan faydacılık ahlakını savunmuştur. En yüksek sayıda insanın mutlu olması prensibine dayanan faydacılık, düşünce tarihinin en önemli teorilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında en çok eleştirilen teoriler arasında da yer almaktadır. Mill, toplumun ve düşünürlerin, faydacı ahlakın "en yüksek iyi" kavramını algılayamadıklarını ya da yanlış anladıklarını görür ve tüm eleştirilere cevap niteliğinde Utilitarianism eserini yayımlar(Aydın,2013:147).Eserinde de ele aldığı ve en önem verdiği konu en yüksek iyi kavramıdır. Ahlaka yönelik teorilerin içinde en önemlilerden biri olan faydacılığın, en yüksek iyi'yi açıklığa kavuşturması birinci öncelik olmalıdır. Mill'e göre faydacılık öğretisinde eylemlerin sonucu mutluluğu ortaya çıkarttığı kadar doğru, mutsuzluğu ortaya çıkarttığı oranda da yanlıştır(Mill,2017:61).

Faydacı ahlak yalnızca mutluluğa ulaşılmasının değil, mutsuzluğun azaltılmasının da önemine vurgu yapar. Mill de faydacı ahlakında haz ve acı konularını mutluluk

kavramından ayırmamıştır. Bu yüzden onun faydacı ahlakını anlayabilmek için öncelikle haz ve acıya dair fikirlerine açıklık getirmek gerekmektedir. Faydacılıkta değerli hazlar büyük öneme sahiptir ancak Mill'e göre her haz değerli değildir. Faydacılıkta hazla ilgili yapılan eleştirilere karşı Mill her varlığın eşit şekilde haz almadığının altını çizer. Bu noktada Bentham'ın haz kavramından farklı düşünerek hazlar arasında ayırım yapılması ve en yüksek düzeyde hazların tercih edilmesi gerektiği görüşündedir(Diş, 2017:85). Bentham'ın mutluluk için ele aldığı haz kavramının temelinde yatan hayvani içgüdüler, Mill ahlakında değersiz hazlar konumundadır. Bu teorisini de“mutlu bir domuz olmaktansa, mutsuz bir insan olmak ve mutlu bir aptal olmaktansa da mutsuz bir Sokrates olmak daha iyidir” cümlesiyle açıklar(Mill,2017:67).

Faydacı ahlak bireysel değil, kolektif düşündür. Bu noktada egoizm ve hedonizmden ayrılır. Amaç acıdan uzaklaşmak ve mutluluğa yakın olmak olsa da kişi hem kendi hem de eylemden etkilenen kişilerin mutluluğunu düşünmelidir. Ancak Mill, diğerlerini ilgilendirmeyen durumlarda kişinin kendini ön plana alarak bireysel davranabileceğini de belirtir. Günümüzde sosyoloji, psikoloji ve medya gibi alanlarda yapılan pek çok araştırmada Mill ve faydacı ahlakından yararlandığını görmekteyiz(Baykal,2018:157).

Mill'in de belirttiği gibi en yüksek seviyede fayda, bazen karşıdaki kişinin mutluluğu için kendi mutluluğunu yok saymayı gerektirmektedir(Möngü,2015:28). Bu durum Basın Konseyi'nin “saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler kamu yararı ciddi biçimde gerekmediği sürece yayımlanamaz” ilkesiyle de uyumaktadır. Eğer kamu yararı büyükse yani çoğunluğun yararı söz konusu ise her türlü bilgi kamu ile paylaşılabilir. Dolayısıyla burada en yüksek sayıda kişinin mutluluğu ve çoğunluk hakları Mill'in faydacı ahlakında da olduğu gibi öncelikli olarak ele alınmaktadır. Mill'in eylemleri gerçekleştirilmeden önce sonuçlarının düşünülüp tartılması gerektiğine dayanan ahlak öğretisi özellikle medya ve gazetecilik alanı için düşünüldüğünde oldukça önemli bir yere sahiptir(İrvan,2003:63).

Mill'in faydacı ahlakına göre, kişinin kendisi kadar eylemden etkilenenlerin de mutluluğunu düşünmesi gerektiği ilkesine bakıldığında hem medya patronları hem de izleyici ya da okuyucuların mutluluğunun ön planda tutulması gerekmektedir. Böylece “en yüksek sayıda insanın mutluluğu” ilkesi de gerçekleştirilmiş olacaktır. Mill'in yüksek haz kavramını kolektif düşüncesine bağlı olarak ele aldığımızda ise medyanın kendi çıkarlarından vazgeçerek toplum yararını ön planda tutması, faydacı etiğe göre erdemli bir

davranış olacaktır. Medyanın toplum içindeki konumu gereği ahlaki olarak belirli sorumlulukları vardır. Bu sorumluluklar da belirli ilkeler çerçevesinde şekillenmektedir. Haberin gerçeklik, önemlilik, ilginçlik, anlaşılabilirlik ve yenilik gibi öğeleri barındırması gerekmektedir (Girgin, 2003: 96).

Ancak özellikle son yıllarda medya kuruluşlarına bakıldığında medyanın yapısal bozulmalarla beraber toplumu bilgilendirmek, kamuoyu oluşturmak, eğitmek gibi asıl işlevlerin yok sayılarak reyting, tiraj vb. kaygılarla haberin içeriğini boşaltıldığını görmekteyiz. Mill'in faydacı ahlakında yer alan haz kavramıyla ilgili diğer bir görüşü de yüksek hazlara yöneliktir. Yukarıda belirtilen ilkelere uygun davranılması durumunda Mill'in bahsettiği yüksek haz kavramı da gerçekleşmiş olacaktır. Medyaya yönelik sorunların büyük bir çoğunluğunu etik problemler oluşturmaktadır. Bu noktada Mill'in ahlaki öğretisiyle medyaya odaklanırken etik ilkeler ve dolayısıyla da medya etiğinin önemi ön plana çıkmaktadır.

2.1.5. Meslek Etiği

Meslek kavramını, bir kimsenin geçimini sağlamak üzere, profesyonel olarak sürekli yaptığı iş olarak tanımlayabiliriz. Ancak herhangi bir işin meslek olarak ele alınabilmesi için kişisel becerilerle, mesleki etik ilkelere bağlı olunması ve karşılığında bir ücret alınması gerekmektedir. Bunların dışında meslek kavramına yönelik başlıca özellikler şunlardır (Goode, 1996: 68);

- Kişinin hobi olarak ara sıra yaptığı, düzenli olarak yapılmayan işler meslek olarak sayılmaz.
- Mesleklerin net bir tanımı olmalıdır.
- Her mesleğin kendine ait bir eğitim uygulaması ve ya özel bir yeteneğe dayanması gerekir.
- Her meslek alanının, meslek sahiplerine yönelik belirli davranış standartları olmalıdır. Bu standartlarda, mesleğin asıl amacı her şeyden önce gelmelidir.
- Her meslek alanına yönelik ilke ve kurallar, meslek etiği bulunmalıdır.

Etik önceki bölümlerde de bahsettiğimiz gibi ahlak kavramıyla aynı anlama gelmemekle beraber etik, bir meslek dalına yönelik kuralların tümünü oluşturmaktadır. Ahlak ise daha çok kişinin vicdanıyla ilgilidir ve toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Ahlak kuralları ise insanların kendilerine ve çevrelerine dair vicdani olarak

yerine getirdikleri görevleri kapsamaktadır(Girgin,2003:147).Her toplum kendine özgü ahlaki değerlere sahiptir. Bu değerlere uyulması toplumdaki her bireyin uyumlu bir şekilde yaşaması için gereklidir. Kişi yaşadığı toplumun ahlaki değerlerine uyarak toplum huzuruna katkı sağlarken hem de kişisel olarak sorumluluğunu yerine getirmiş olur.

Bu değerlere uyulmadığı durumlarda kişinin eylemleri toplum tarafından eleştirilebilir ya da yargılanabilir.Etik ise ahlaki konu olarak ele alan, incelen felsefenin bir bilim alanıdır. Etik; davranışlara yönelik iyi, kötü ve yarar gibi unsurlara yönelirken, adaletli olma, önyargıdan kaçınma, kişiye zarar vermeme gibi ilkeleri temel almaktadır.

Etik konusu insanın olduğu her yerde karşımıza çıkmaktadır. Bu alanlardan biri de meslek etiğidir. Meslek etiği, meslek mensuplarının bir mesleğe yönelik oluşturduğu, meslek mensuplarının davranışlarını sınırlayıp, kişisel çıkarlardan uzaklaştırarak, gerektiğinde ise belirlenen ilkelere uymayanları meslekten dışlayan ve gayesi mesleğin hedeflerini korumak olan mesleki ilkelerin tümüdür olarak tanımlanmaktadır(Pehlivan,1998:4).Toplum içinde yer alan her mesleğin bir işlevi vardır. Toplum düzeninin olması gerektiği şekilde işleyebilmesi için meslek sahipleri görevlerini yerine getirirken toplum yararını düşünülerek hareket etmek zorundadırlar. Meslekler ayrı ayrı gözükseler de sonuç olarak hepsi bir bütüne, topluma hizmet etmektedir. Toplum düzeninin bozulmaması için uyulması gereken kurallardan oluşan meslek etiğigenel anlamda kişilerin üzerlerine düşen sorumlulukları belirleyerek eylemlerine sınır çeken kurallar bütünü temsil etmektedir(Girgin,2003:156).Bu kuralların en önemli özelliği ise bireysel değil kolektif amaçlar ön plana çıkarılarak belirlenmesidir.

Etik ilkeler toplumdaki topluma farklılaşabilse de meslek etiği ilkeleri aynı mesleğe sahip insanlar için tüm toplumlarda aynıdır. Adalet, tarafsızlık, eşitlik, dürüstlük ise başlıca meslek etiği ilkeleridir. Durkheim'ın meslek etiğine göre de mesleki etiğin uygulanması noktasında aynı meslek alanında yer alan kişilerin bir araya gelerek oluşturacağı topluluklar, etik ilkelerin uygulanması açısından oldukça etkili olacaktır(Durkheim, 2020: 124).Özellikle günümüzde çok sayıda meslek bulunmakta ve teknolojik gelişmeler sayesinde deneyileri eklenmektedir. Buna bağlı olarak da mesleklerin kendi etik ilkelerini belirlemesi gün geçtikçe daha da önem kazanmaktadır.

Meslek etiğine yönelik ilkelerle ilgili düzenlemeler uluslararası kurum ve meslek örgütleri tarafından belirlenmektedir(Koçberber,2008:70).Bu düzenlemeler mesleklerin gelişmesi yönünden etkili olsa da mesleki etiğe yönelik bir diğer önemli nokta da özdenetim konusudur. Mesleki etiğin uygulanabilirliği bireysel gelişmişlik düzeyine ve dolayısıyla da özdenetime bağlıdır(Birol,2018:14).Her insan akli ve hür iradesiyle karar verme yetisine sahiptir ancak bu kararın ahlaki yönden de uygun olması gerekmektedir.

Burada en büyük sorumluluk denetleyen kurumlardan önce kişinin kendisine düşmektedir. Mesleğinin etik ilkelerinin bilincinde ve vicdanlı bireyler yetiştirmek mesleklerin ve mesleklerle beraber toplumun da gelişmesi ve ilerlemesi için şarttır.

2.2. Medya

Medya kelimesinin kökenine bakıldığında çoğulu Latince ‘‘Media’’ olan ve tekil olarak da ‘‘medium’’ kelimesinden geldiğini görmekteyiz. İngilizcesi ‘‘Mass Media’’ olan kelime dilimize medya olarak girmiştir(Girgin, 2003:48). Medya kelime anlamı olarak, iletişim ortamını ve iletişim araçlarının hepsini kapsamaktadır. Dolayısıyla medya denildiğinde gazete, televizyon, dergi, radyo gibi kitle iletişim araçlarının tümü kastedilmektedir (Ceylan, 2012:46).

2.2.1. Yerel Medya

Yazılı, sözlü ve görüntülü her türlü kitle iletişim aracı medya adıyla tanımlanırken hepsinin genel olarak temel işlevi toplumu haberdar etmek ve bilgilendirmektir.Bu kitle iletişim araçları dağıldıkları alan ve ulaştıkları hedef kitleye göre ulusal, bölgesel ve yerel olarak 3’e ayrılırlar(Altun, 2005:79).Toplumlarda var olan merak ve haber alma isteğinin bir sonucu olarak medya vazgeçilmez bir unsur niteliğindedir. Ancak gün içerisinde gerçekleşen herhangi bir olay herkesi aynı şekilde etkilememekle beraber, olaydan etkilenecek olan kitlenin de habere yönelik ilgisi daha fazla olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da yerel ve ulusal medya kavramları karşımıza çıkmaktadır.

Yerel medya, ulusal medyaya göre daha dar bir hedef kitlesine sahiptir. Belirli il, ilçe ya da beldelerde yayımlanarak, çoğunlukla o bölgeyi ilgilendirecek haberlere yer verilmektedir. Yerel basın, halkın sözcüsü olarak bölgedeki sorunların tespit edilmesi ve çözümlenmesi açısından en önemli unsurdur. Ulusal medyadaki gibi yerel medya da bulunduğu bölge adına kamuoyunun oluşmasına katkı sağlarken aynı zamanda da ulusal

medya için alternatif gündemler de oluşturmaktadır. Ayrıca bölge halkını bilgilendirirken, eğitme ve eğlendirme gibi işlevlerini de yerine getirmektedir(Yılmaz, 2009:136).

Yerel medya genellikle tek bir kişi tarafından yönetilen, 3-15 kişi arasında değişen az sayıda çalışanla ilerleyen daha basit bir örgütlenme yapısına sahiptir. Bununla beraber maddi imkânların düşük olmasından dolayı teknik olarak olanaklar daha kısıtlıdır. Özellikle belirli bir bölgeye hitap etmesi ve medya çalışanlarıyla bölgedeki insanların yakın ilişkiler kurması etik ilkelerin ihlaline zemin hazırlayan önemli bir etkidir(Girgin, 2009:240). Ayrıca günümüzde her ne kadar medya profesyonelleri eskiye göre daha çok sayıda yetişiyor olsa da yerel medya çalışanları profesyonellik açısından halen ulusal medyanın gerisinde kalmaktadır.

2.2.2 Medya Etiği

İletişim ve medya, kitle iletişim araçlarının ortaya çıktığı andan itibaren her zaman bilim insanlarının ilgisini çeken bir araştırma alanı olmuştur. Ancak iletişim alanı uzun yıllar boyunca farklı disiplinlerle beraber ele alınmıştır. Farklı disiplinler üzerine çalışmalar yapmış olan Harold Lasswell, Shannon ve Weaver gibi isimler yaptıkları çalışmalarla iletişim alanının ayrı bir bilim dalı olarak ele alınmasında önemli rol oynamıştır(Güngör, 2018:61).

Medya, teknolojik gelişmelere bağlı olarak değişen ve dönüşen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Teknolojik gelişmelerle beraber artan kitle iletişim araçları bilim insanlarının da devamlı olarak yeni bir inceleme alanı bulmasına ve kuram geliştirmesine olanak vermiştir.Örneğin; Medya araştırmalarıyla iletişim alanında önemli isimlerden biri olan Baudrillard kendisinin öne sürdüğü medya kuramında medyayı, çeşitli kodlar ve işaretler üreten ve kitleleri pasif konuma getirerek etkisi altına alan simülasyon makineleri olarak tanımlamaktadır(Baudrillard,2015:59).Özellikle 1970'lerden günümüze dek gelişen teknolojiyle beraber hızlı bir şekilde çeşitlilik kazanan kitle iletişim araçları, toplum üzerindeki etkisini de giderek arttırmıştır. Bu durum ülkelerin; yasama, yürütme ve yargıdan sonra medyayı 4. Güç olarak konumlandırmasını sağlamıştır.

Medyanın çeşitli kitle iletişim araçları yoluyla geniş kitlelere ulaşır hale gelmesi medyanın üzerindeki sorumluluğu daha da arttırırken beraberinde toplumun medyaya olan güvenini de büyük ölçüde etkilemiştir(Gülsünler, 2010:161).Medyanın güvenilirliğinin sağlanması noktasında en önemli etken, medyanın belirlenen etik kurallar çerçevesinde

ilerlemesidir. Neyin doğru neyin yanlış olduğuna dair davranışların düzenlenmesinde rol oynayan ilkeler bütünü olarak ele aldığımız etik, medya alanında da kendine geniş bir yer bulmuştur. Medyanın topluma karşı olan sorumluluğu ve geniş kitleleri etkileme unsuru düşünüldüğünde etik kavramının bir alt alanı olarak karşımıza çıkan medya etiği büyük önem kazanmaktadır. Medya etiğini tanımlamak gerekirse; genel olarak medya çalışanları ve gazetecilerin mesleklerini uygularken uyması gereken kurallardır diyebiliriz(İrvan, 2003:62).

Medya etiği, felsefenin ve etik alanının uygulamalı bir alt dalıdır.Kitle iletişim araçları ve enformasyonla ilgili ortaya çıkabilecek sorunlara yönelik medya patronları ve gazetecilerin uyması gereken kurallar medya etiği çerçevesinde ele alınmaktadır. Buradan da anlaşılacağı gibi medya etiği denildiğinde herhangi bir yayın organında çalışan gazetecilerin yanında medya sahipleri de kastedilmektedir(Evers, 2010:46).Medyaya yönelik etik ilkelerin belirlenmesindeki en önemli amaçlardan biri ise medya kuruluşu ve çalışanlarına karşı toplumun güvenilirliğini kazanırken aynı zamanda da medya sektöründe çalışanların toplum içindeki saygınlığını arttırmaktır. Ayrıca basının ifade özgürlüğü, demokratik bir ortam yaratmak ve topluma karşı hizmetin daha da iyi bir seviyeye gelmesi de etik ilkelerin amaçları arasında yer almaktadır(Zor, 2014: 3).

20. Yüzyılda gazetecilik eğitimlerinin artması ve kurulan örgütler gazetecilik mesleğinin profesyonelleşmesini sağlarken etik ilkelerin öneminin de altını çizmiştir(Taş, 2010:13). Bu dönem özellikle ortaya çıkan liberalizm anlayışıyla beraber devletin ekonomik ve siyasal denetiminden uzaklaşan özgür ve bağımsız bir medya tablosu karşımıza çıkmaktadır.Medyanın şirketlerin ve holdinglerin tekeline girerek adeta endüstri haline gelmesiyle haber kavramı satılan bir ürün haline dönüşmüştür. Ticari kaygıların da ön plana çıkmasıyla haber değerinde yaşanan değişimler medyaya yönelik etik sorunların gündeme gelmesinde önemli rol oynamıştır.Haberciliğe yönelik etik sorunların daha çok ön plana çıktığı 20. Yüzyılın başlarında nesnellik ilkesi üzerinde durulmuş ve haberciliğe dair en önemli temel ilke olarak görülmüştür(Çaplı, 2010:14).Günümüzde de medyaya ve medya etiğine yönelik araştırmalara sıkça rastlamaktayız.

Her meslekte olduğu gibi medya sektöründe de etik ilkeler büyük öneme sahiptir. Toplum içerisindeki konumları düşünüldüğünde gazeteciler ve medya çalışanlarının habere ulaşma, yazma ve düzenleme gibi aşamalarda etik ilkeler doğrultusunda ilerlemeleri beklenmektedir.Çünkü medyaya yönelik yaşanacak ahlaki bir sorun, medya çalışanlarıyla

beraber toplumda yaşayan bireyleri de ilgilendirmektedir. Ancak gazeteciler gün içerisinde çok sayıda olayla karşı karşıya kalmakta ve bu olaylar karşısında ahlaki çıkmazlar yaşayabilmektedirler. Hubb(2010: 45) bu çıkmazların genellikle, gazetecilerin yapılması ya da yapılmaması gereken şeyler arasında kaldıkları durumlarda ortaya çıktığını söyler. Örneğin intihar haberlerinde kişilerin isminin ya da görüntüsünün verilmesi durumu da gazetecileri ahlaki ikileme bırakan ve etik ilkelerine göre davranılması gereken hassas bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa ki meslek tanımına bakıldığında gayet olağan bir durumdur. Bu gibi durumlarda gazeteciler ahlaki olarak ikileme kalabilmektedirler. Ancak böyle zamanlarda gazetecilerden beklenen mesleketik ilkelerine hâkim olmaları ve bu doğrultuda davranmalarıdır. Hubb(2010: 46) verdiği örneğe bağlı olarak magazin, savaş, spor gibi gazetecilik türlerinin profesyonellik gerektiren alanlar olduğunu vurgularken, bu alanların bağımsız ya da özgür olarak adlandırılabilmesinin de oldukça güç olduğunu ifade eder.

Gazetecilerin meslekleri gereği sürekli olarak zamanla yarış içinde olmaları, bağlı oldukları medya kuruluşunun siyasi görüşü ve ekonomik durumu etik ilkelerin uygulanmasını zorlaştırabilmektedir. Ayrıca gazeteciler zaman zaman haberleri kurgularken aileden, çevreden ya da kendi dünya görüşlerinden etkilenebilmekte ve haberi yazarken seçtikleri ifadelerle habere kendi ideolojilerini yansıtabilmektedirler (Mısırlıoğlu & Çoban, 2020: 159).

Medyadan beklenen ise olayları olduğu gibi tüm gerçekliğiyle tarafsız bir şekilde aktarmasıdır. Etik eylem doğruyu yanlıştan ayırt edebilmeyi ve doğruyu yanlışta tercih edebilmeyi gerektirmektedir. Bu bağlamda sorumluluk ilk önce gazetecilerde, daha sonra da medya yöneticilerine aittir. Gazeteciler haberlerini yazarken gerçeklikten şaşmamalı ve haberde özel hayatın gizliliği, kişisel hakların korunması, nefret söylemi, şiddet, masumiyet karinesi gibi hususlar konusunda daha dikkatli olmalıdır (Dedeoğlu, 2014:160).

İrvan(2003: 66), gazetecilerin haberi toplama ve aktarma gibi süreçler sırasında uyması gereken ilkeleri 3 başlık altında ele almıştır;

- **Haber kaynaklarıyla ilişkileri düzenleyen ilkeler;** Gazetecilerin enformasyona ulaşmak için başvurdukları kişileri, yani haber kaynaklarını koruyan ilkelerdir. Haber kaynakları bazı durumlarda kimliğinin açıklanmamasını isteyebilmektedir.

Böyle durumlarda gazetecinin kaynağın isteğine saygı duymalı ve haber kaynağının kendisi izin vermediği sürece kaynağın kimliğini gizlemesi gerekir.

- **Habere konu olan kişilere ilişkin bilgiler;** Etik ilkelerin neredeyse hepsi habere konu olan kişilere yöneliktir. İntihar, felaket/kriz, cinayet haberleriyle; şiddet, nefret söylemi, ayrımcılık, cinsiyetçi dil ve kişilerin özel yaşamı gibi unsurları barındıran haberlerde yer alan kişileri korumaya yönelik çeşitli etik ilkeler belirlenmiştir.
- **Haber toplama yöntemine ilişkin ilkeler;** Özellikle sürekli olarak değişen teknolojiyle beraber gelişen haber toplama yöntemlerine ilişkin etik sorunlar gün geçtikçe çeşitlilik kazanmaktadır. Haber toplarken kullanılan gizli kameralar ve ses kayıt cihazlarının kullanımına dair halen bazı fikir ayrılıkları bulunsa da gazetecilik meslek etiğiyle ilgili ilkeler arasında konuyla ilgili maddeler yer almaktadır.

2.2.3 Medyaya Yönelik Etik İlkeler

Her sektörde olduğu gibi medya sektörü için de bazı etik ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler yukarıda da bahsedildiği gibi haber kaynaklarını, habere konu olan kişileri ve haberi kurgulayan gazetecileri korumaya yönelik düzenlemiş ilkelerden oluşmaktadır.

Medya yaşanan etik sorunlar göz önünde bulundurularak bazı etik ilkeler üzerinde durulmuştur. Bunlar(Banar, 2013:7);

- Doğruluk ve dürüstlük;
- Tarafsızlık ve objektif olmak
- Meslek sırrı- haber kaynağına saygı ve sadık olmak
- Haber ve yorum ayrımı
- Mahremiyet ya da özel hayatın gizliliğine saygı
- Eleştiri sınırını aşmama- iftira, hakaret, kötüleme ve asılsız iddialardan kaçınma
- Cevap ve düzeltme hakkına saygı
- Kişisel çıkarlara prim verilmemesi
- Gerçeklerin kurumsal çıkarlardan önce tutulması
- Şiddete, porno yayınlara ve terörizme karşı duruş sergileme

Doğruluk ve Dürüstlük İlkesi;Medyanın işlevlerinin başında ilk olarak topluma doğru bilgiyi aktarmak gelmektedir. Burada gazetecilerin aktardığı haberlerin gerçeği yansıtması beklenmektedir. Ancak gazetecilerin birçoğu olay yaşandığı sırada olay yerinde

bulunmamakta ve olayı doğrudan gözleme imkânı bulunmamaktadır. Bu durum gazetecilerin haberleri aktarırken gerçeği ne derece yansıttıkları sorusunu beraberinde getirmektedir(İrvan, 2003:69).

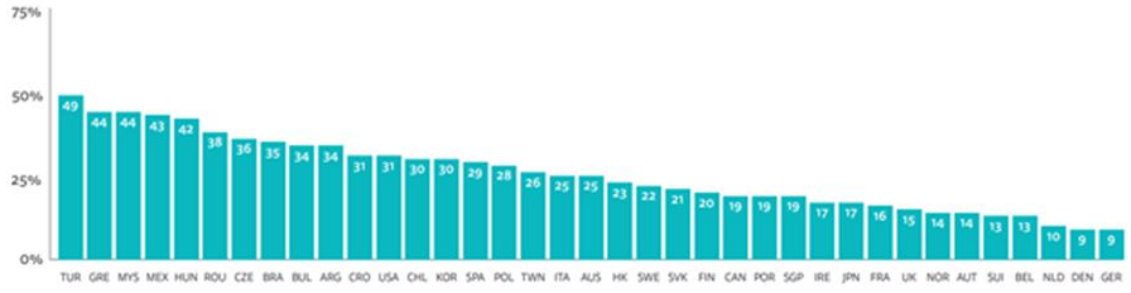
İrvan'a göre(2003:69)haber ve gerçek kavramları birbirlerinden farklı anlamlar taşır. Ortada gerçek bir olay vardır ve gazeteci bu gerçekliğe uygun olarak yazdığı haberle olaya dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.Medyanın geniş kitlelere ulaşabilme ve kitleleri etkileme potansiyeli düşünüldüğünde haberlerin doğru ve dürüstlük çerçevesinde aktarılması büyük önem kazanmaktadır.

Medyanın etkileri yönelik yapılan araştırmaların içinde en ses getirenlerden biri, OrsonWells'in 'Dünyalar Savaşı' romanını bir radyo programı aracılığıyla romandaki olaylar gerçekmiş ve uzaylılar dünyayı istila etmiş gibi naklen dinleyicilere aktarması olmuştur. Yayın sonrası insanlar sunucunun aktardığı habere şüphesiz inanmış ve paniğe kapılarak yaşadıkları bölgeleri terk etmeye başlamışlardır(Yaylagül, 2016:48).Bu olaydan da anlaşılacağı gibi ve haberler aktarılırken doğruluk ve dürüstlük ilkesine büyük önem verilmelidir.

Haberde doğruluk ve dürüstlük ilkesine yönelik ilk sorumluluk gazetecilere aittir. Gazetecilerin elde edilen enformasyona ilişkin kaynakların güvenilirliği, enformasyonun doğru olup olmaması gibi konulara dikkat etmesi gerekmektedir. Haber kaynağına yönelik en ufak bir güvensizlik durumunda gerekirse başka kaynaklardan haberin doğru olup olmadığı tekrar teyit edilmelidir.Haberde doğruluk ve dürüstlük ilkesine uyulmaması, yorum eleştiri veya yalan haberlerin gündeme gelmesi toplumun medyaya güvenini de önemli ölçüde etkilemektedir.Uluslararası Gazetecilik Federasyonu(FIJ) de 1. Maddesinde de doğruluk ilkesinin önemine vurgu yapılmıştır(İrvan, 2006:70).

Aşağıda medyada yalan haber ve medyaya duyulan güvenle ilgili 2018, 2019 ve 2020 yıllarına ait çeşitli araştırmalar ve sonuçları grafikleriyle beraber yer almaktadır;

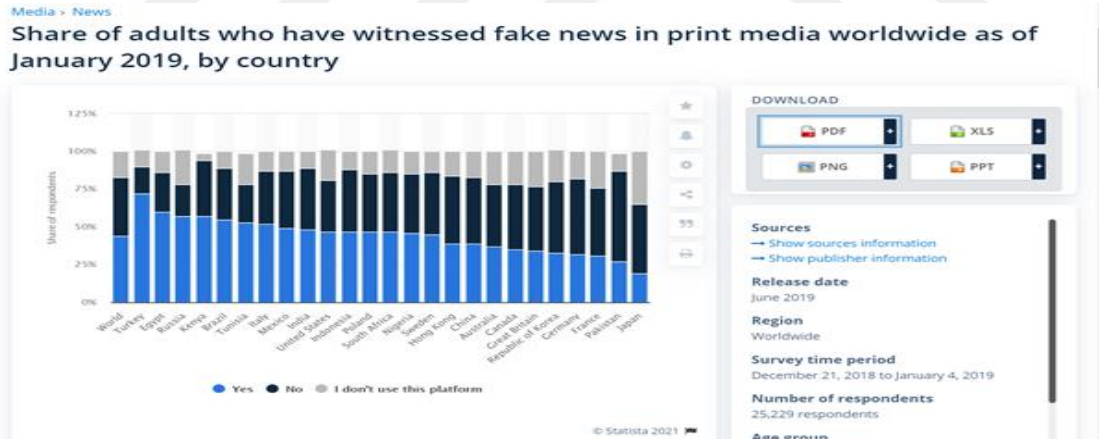
PROPORTION WHO SAY THEY WERE EXPOSED TO COMPLETELY MADE-UP NEWS IN THE LAST WEEK – ALL MARKETS



Q_FAKE_NEWS_3. In the LAST WEEK which of the following have you personally come across? Stories that are completely made-up for political or commercial reasons. Base: Total sample in all markets.

Şekil 3: Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü 2020 raporu 1. Geçen hafta yalan habere denk gelme durumlarına ilişkin araştırma

Oxford Üniversitesi'nin Reuters Enstitüsü 2018'de yayınladığı raporda çeşitli ülkelerde yapılan araştırma ve anketlere yer verilmiştir. Bu araştırma kapsamında kişilere geçen hafta tamamen uydurulmuş haberlere denk gelip gelinmediği sorulmuş. Anket sonuçlarına göre, Türkiye'deki katılımcılar %49 oranında uydurulmuş haber ile karşılaştığını söylemiştir. Bu oranla beraber de Türkiye 37 ülke içinde birinci konumuna gelmiştir.



Şekil4:Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü 2020 raporu 2. Yazılı medyada yalan habere denk gelme durumlarına ilişkin araştırma

Ocak 2019'da yapılan başka bir ankete katılan kişilere yazılı medyada yalan haberlere denk gelip gelmeme durumlarıyla ilişkili sorular sorulmuş. Bu anket sonucuna göre de Türkiye birinci olmuştur. Oranlara bakıldığında ise katılımcıların %72'si yazılı medyada yalan haberle karşılaştıklarını belirtmiştir.

Tarafsızlık ve Objektiflik İlkesi; Tarafsızlık ve objektiflik ilkesi şüphesiz ki medyaya dair en önemli ilkelerdendir. İnsanlar yaşadıkları toplumdan bağımsız değildir.

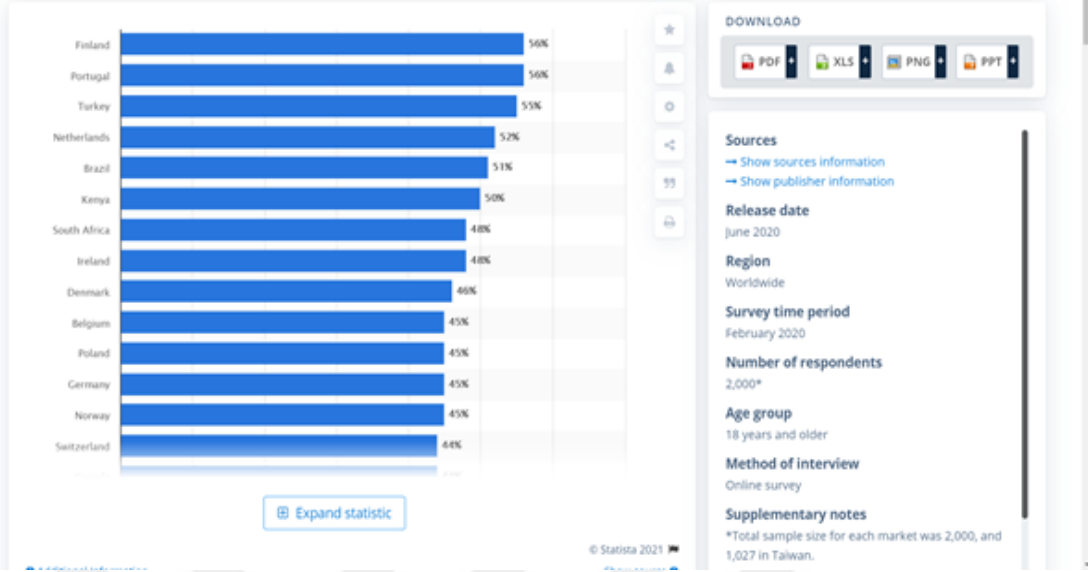
Aile, yakın çevre, eğitim alınan okul, iş ortamı, bulunduğu coğrafi bölge, din ve hatta yaşadığı ülke bile kişilerin hayata bakış açısını önemli ölçüde etkileyen unsurlar içinde yer almaktadır. Tüm bu unsurlar kişilerin dünya görüşünü belirlerken eylemlerinin de bir nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Medya patronları, gazeteciler, editörler ve muhabirlerin de belli bir dünya görüşü vardır. Buna bağlı olarak kurgulanan her haber, medya çalışanlarının sahip olduğu değerlerin bir yansıması niteliğindedir.

Gazetecilerin sahip olduğu bu değerler olayları yorumlama ve değerlendirme noktasında da ön plana çıkmaktadır. Hiçbir insan tarafsız olamayacağı gibi gazeteciler de tarafsız değildir. Ancak gazetecilerden beklenen ideolojisi ne olursa olsun haberini tarafsız şekilde yazmasıdır (Girgin, 2003:97-99). Siyasi ya da inançsal olarak bir tarafa yönelik haberlerin daha sık verilmesi ya da tarafa yönelik haberlerin içeriklerinden ayıklayarak sadece olumlu olanların ele alınması taraflı habercilikte en sık rastlanan durumlarından biridir.

Herhangi bir gazetede köşesi bulunan bir gazetecinin yazılarında tarafsız olması beklenemez ama taraflı olma durumunun da gazetecilik ahlakı çerçevesinde olması gerekmektedir. Haberin objektif olabilmesi için gazetecilerin habere tarafsız yaklaşması gerekir. Bunun için de haber kaynağına mesafeli yaklaşmalı, olayı yorumdan ayrı tutmalı, olay olduğu gibi açık bir dille aktarılırken olaydaki kişilerin çıkarlarını korumak amaçlanmamalıdır (Işık, 2013:168).

Günümüzde tarafsızlık ilkesinin ne derece uygulandığı her zaman tartışılan konulardan biri olmuştur. Gazetecilerin öznellikten sıyrılıp kamunun bilme hakkı kapsamında haberleri yazması ve topluma aktarması bir hayalden öteye gitmemektedir. Bu konuda etken olarak yalnızca gazetecileri görmek oldukça eksik bir yaklaşım olacaktır. Özellikle medya alanındaki tekelleşmeyle beraber medya patronları siyasete yakın bir görünüm çizmektedir. Görsel ya da yazılı medyaya bakıldığında bazı medya kuruluşlarının muhalif, bazılarının da hükümete yakın duruşuyla ön plana çıktığını ve bunun sonucunda da haberlerin seçilmesinden sunulmasına hatta yorum katılmasında dahi taraflılığın olağan bir konuma geldiğini görmekteyiz. Medya kuruluşlarının gelmiş olduğu bu nokta gazetecilerin de haberlerinde taraflı olmasında önemli etkenlerin başında gelmektedir.

Share of adults who trust news media most of the time in selected countries worldwide as of February 2020



Şekil 5. Oxford Üniversitesi Reuters Gazetecilik Çalışmaları Enstitüsü 2020 raporu 3 Medyaya duyulan güvene yönelik araştırma

Son olarak Şubat 2020’de ise medyaya duyulan güvene yönelik 38 ülkede yapılan araştırmada Türkiye 3. Olmuştur. Bu da araştırmada yer alan Türk katılımcıların %55’inin medyaya güvendiğini ortaya koymuştur.

Meslek sırrı- haber kaynağına saygı ve sadık olmak; Gazetecilerin karşılaştığı sorunlardan bir diğeri de haber kaynağına yöneliktir. Enformasyona ulaşabilmek için başvuru haber kaynaklarının kimliğini açıklama ya da açıklamama konusu, basın alanı üzerinde sıkça tartışılan konulardan biri olmuştur. Gazeteciler haber kaynaklarının kimliğini açıklamama hakkına sahiptir ancak bu sıkça başvurulacak bir seçenek olmamalıdır çünkü haber kaynağının gizli tutulması haberin gerçekliğine olan güveni azaltacak bir etkidir. Buna rağmen haber kaynağının kimliğinin açıklanması kaynağın zor durumda kalmasına sebep olacak bazı durumlarda daha dikkatli olunmalı ve kimliğinin özellikle açıklanmaması gerekmektedir. Bir diğer durumda ise haber kaynağının kimliğinin açıklanmayacağına dair söz verildiyse kaynağın kimliği kesinlikle gizli tutulmalıdır (Özdemir, 2006:27). Burada söz edilen kaynak Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi’ne göre, gazetecilere bilgi sağlayan herkesi kapsamaktadır.

Haber ve yorum ayrımı; Profesyonel gazetecilik ideolojisine göre haberin yorumdan kesin bir dille ayrılması gerekmektedir (Arslan, 2019:57). Demokratik ülkelerin

tümünde haber ve yorum ayırımına yönelik ilkeler basın ahlak yasalarında bulunmaktadır. Haberi kurgularken gazetecinin kendi ya da bağlı olduğu medya kurumunun fikrini de habere eklemesiyle hem haber-yorum ayırımı hem de tarafsızlık ilkesi yok sayılmış olmaktadır. Gazetecilerin haberi tüm gerçekliğiyle olduğu gibi kamuoyu ile paylaşması ve yorum kısmını kamuoyuna bırakması gerekmektedir. Ancak haberlerin içerisinden yorumu ayıklamak oldukça güçtür. Liberal-çoğulcu basın anlayışına göre haberi yorumdan tamamen ayırmak mümkün değildir, yalnızca yorumu minimum düzeye indirebilmek mümkündür. Burada dikkat edilmesi gereken ise yorum yapılırken üstü kapalı bir şekilde yapılmasıdır.

Eleştirel yaklaşımlarda ise haber, egemen güçlerin toplumun neyi ne kadar bilmesi gerektiğine karar verdiği bir kavrama karşılık gelmektedir(Arslan, 2019:58). Dolayısıyla egemen güçlerin belirlediği haberlerin egemen söylemden bağımsız olması da imkânsızdır. Buna bağlı olarak eleştirel teoride haber-yorum ayırımından önce haberin egemen söylemden bağımsız olması gerektiği anlayışı ön plana çıkmaktadır.

Mahremiyet ya da özel hayatın gizliliğine saygı; Mahremiyet ya da özel hayat, kişinin kendisine ait, herkes tarafından bilinmeyen bir yaşam anlamına gelmektedir. Özel hayatın gizliliği ilkesi ancak kamu yararının söz konusu olduğu durumlarda değişiklik göstermektedir(Avşar, 2002:43). Buna bağlı olarak da çoğu ülke medyaya yönelik etik ilkeleri ortaya koyarken özel yaşamın gizliliği ve kamu yararına yönelik etik sınırlarını önemle belirlemiştir. Kişilerin özel yaşamı ve kişilik hakları anayasal bir çerçeveye düzenlenmiş ve korunmuş olsa da basın çalışanlarının da bu kişilerin eylemlerini haberleştirme gibi bir sorumlulukları bulunmaktadır. Bu durum gazetecileri zaman zaman ikilemede bırakabilmektedir. 1982 anayasasında haber verme hakkına yönelik kısıtlamalar ve özel hayatın gizliliği gibi ilkeler çeşitli maddelerle sınırlandırılmıştır(Çağlak, 2006:48).

Mahremiyet ve özel hayatın gizliliği ilkesinin etik boyutu özellikle, magazincilerden kaçmaya çalışırken geçirdiği kaza sonucunda vefat eden penses Diana ile gündeme gelmiştir. Kaza anına birebir şahit olan magazincilerin kazadan sonra dahi hala görüntü almaya çalışmaları da uzun dönem tartışılmıştır. Dış basın da dâhil çok sayıda gazetede yer alan kaza anı ve hemen sonrasının fotoğrafları internete de sızdırılmış, daha sonra ise gelen tepkiler üzerine kaldırılmıştı.Özelliklekaza sonrası Diana'nın cansız bedeninin fotoğraflanması ve yayınlanması büyük tepkiye neden olurken medya etiği ve basının sınırlılıkları konusunu da tekrar tartışmaya açmıştır.

Ayrıca kazadan 22 yıl sonra 2019 senesinde fotoğrafların internette tekrar yayınlanmasıyla konu yeniden gündeme gelmiş ve tepkilerin odağı olmuştur. Girgin(2003),kişilerin yaşam alanlarını 3 başlık altında ele almıştır;

1.Kişinin ortak yaşam alanı; Kişinin yaşamı toplumun tamamına açıktır, herhangi bir gizlilik söz konusu değildir. Bu alana yönelik yapılacak bir açıklama hukuka aykırı olarak nitelendirilemez.

2. Kişinin özel yaşamı;Kişinin çevresi tarafından bilinen yaşamına karşılık gelmektedir. Burada çevre olarak bahsedilen; kişinin ailesi, iş arkadaşları ve dostlarıdır. Kişinin yaşamına dair bu çevre içinde bilinen davranışları kişinin özel yaşamı kapsamında değerlendirilmektedir. Bu yaşam belirli sebeplerle kişilerin beraber bulunmasının bir sonucu olarak öğrenilen yaşamdır.

3. Kişinin gizli yaşamı; Kişinin başkalarından gizlediği, sır niteliğinde olan ve yalnızca kendine sakladığı alan kişinin gizli yaşamıdır. Bu alana dair herhangi bir bilgi ancak kişinin bilgisi dâhilinde ve izniyle öğrenilme hakkına sahiptir. Kişinin bilgisi ve izni olmadan gerçekleşen her durum hukuka aykırıdır. Toplumlar her ne kadar özgür bir basın anlayışını benimsemiş olsalar da bu özgürlük de tamamen sınırsız değildir.

Kişilerin aile hayatı, telefon konuşmaları, yaşadığı ev de kişinin özel yaşamı kapsamına girmekte, gazetecilerin haberlerinde kişilerin özel yaşamlarına saygı duyması ve buna uygun olarak davranması gerekmektedir. Bununla beraber kişilerin özel yaşamlarına dair eleştiri ve yorum yapılması da kişilerin özel yaşamlarının ihlali kapsamına girerek hukuka aykırı olarak nitelendirilmektedir. Gazeteciler burada rayting ya da tiraj yerine öncelikle, habere konu olan kişilerin haklarına saygı duyarak, sınırlılıkların bilincinde olarak hareket etmesi gerekmektedir. Burada dikkat çeken ise kamu yararı kavramıdır. Çünkü kamuda gerçekleşen herhangi bir durum kamuyu etkilemektedir ve kamunun da bu durumu bilme hakkı mevcuttur. Özellikle rüşvet, yolsuzluk, hırsızlık gibi durumlarda özel yaşamın ihlali meşru hale gelir ve gazeteciler bu gibi durumlarda kamu çalışanlarına yönelik araştırmalar, incelemeler yaparak özel yaşamlarına müdahale edebilirler(Özdemir, 2006:42).

Bir diğer istisnai durum da medyayı aracı olarak kullanarak özel hayatlarını kamuoyuna sunan sinema, tiyatro, müzik vb. eğlence sektöründe yer alan kişilerdir. Sıradan insanlar için özel yaşam alanı olarak görülen konular ve durumlar, eğlence

sektöründe yer alan kişiler için rahatlıkla medyaya taşınarak kamuoyunun ilgisine ve bilgisine sunulabilmektedir(Çaplı, 2002:110).Ancak medya tarafından yaratılan ve eğlence sektöründe bulunan herkesin özel yaşam haklarından vazgeçtiği algısı oldukça yanlıştır. Medya, eğlence sektöründe çalışmanın bir sonucu olarak kişiler özel hayatlarını gözler önünde yaşamayı tercih etmese bile gündeme taşıyarak durumu normalleştirmektedir. Buna rağmen toplumu ilgilendiren, yaşamlarını etkileyecek önemli konularda medya kamunun bilme hakkını göz önünde bulundurarak hareket eder. Bu yüzden gazeteciler gerekli durumlarda ses kayıt cihazı, gizli kamera, vb. araçları kullanabilir ya da gizli bilgi ve belgelere ulaşarak kişilerin özel yaşamlarına girebilmektedirler.

Özel yaşama dair önemli olan nokta sınırlarının belirlenmesi ve medya çalışanları tarafından benimsenmesi konusudur. Özel yaşamın müdahalesi konusunda, gazetecilerin zor durumda kalmasının yanında karşı tarafın kişilik hakkının zedelenmesi de yaşanabilecek sonuçlar arasındadır. Bu nedenle profesyonel gazetecilik ilkesi önemle vurgulanmaktadır. Gazeteciler gün içinde pek çok ikilemeyle karşı karşıya kalabilir ancak bu sorunlar karşısında nasıl davranması gerektiğini ve hangi durumlarda etik ilkelerin ihlal edildiğini bilmesi gerekmektedir.

Eleştiri sınırını aşmama- iftira, hakaret, kötüleme ve asılsız iddialardan kaçınma;Herkesin gündelik hayatında olduğu gibi medya çalışanları da kişileri, düşünceleri ya da olayları eleştirme ve hatta kınama hakkına sahiptir.Ancak bu eleştiri bilimselliğe dayanmasının yanında nesnellik ve gerçeklikten de uzak olmamalıdır(Girgin, 2003: 91).Özellikle siyasi haberlere bakıldığında medya mensuplarının bağlı olduğu siyasi görüş nedeniyle zaman zaman eleştirin hakarete ya da aşağılamaya varabildiğini görmekteyiz. Her ne kadar eleştiri bir hak olsa da eleştiri altında kişilere hakaret edilmesi, kötülenmesi ya da toplum içinde düşmanlığa neden olacak şekilde eleştirilmesi gibi eleştiri sınırının aşıldığı durumlarda hukuka aykırı bir tablo ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle gereksiz eleştiriler yerine toplumun ilerlemesine katkıda bulunacak, güncel ve gerçekçi eleştirilerde bulunulması gerekmektedir.

Diğer bir önemli etik sorun da haberde yer alan kişilere yönelik asılsız iddialarda ve iftirada bulunmaktır.Bu ilke daha önce bahsedilen doğruluk ilkesiyle de bağlantılıdır. Özellikle bir kişiye yönelik suçlamalar aktarılırken gazeteciler olayı derinlemesine araştırmak ve buna göre haber yapmak zorundadır. Suçlanan kişi ya da kişilere ulaşarak onlara da cevap hakkı tanınması gerekmektedir(İrvan, 2003:77).

Tüm bu durumlar doğrudan gazetecilerin etik sorumluluğu altındadır. Enformasyonun doğruluğundan emin olunmadan hiçbir haber yayımlanmamalıdır.

Cevap ve düzeltme hakkına saygı;Kişilerin haysiyet ve şereflerine dokunan ya da kişiye yönelik gerçek dışı söylemlerde bulunulması durumunda olayın öznesi olan kişiye anayasa tarafından cevap ve düzeltme hakkı tanınmıştır(İlkiz, 2010:201).Dolayısıyla cevap ve düzeltme devlet tarafından kişi ya da kurumlara tanınmış yasal bir düzenleme yani haktır.Cevap ve düzeltme hakkı özünde, basın özgürlüğünün kötüye kullanımını engellemek, ifade özgürlüğünün sınırlarını çizmek gibi amaçlar sonucunda demokratik bir toplumu hedeflemektedir. Ancak cevap ve düzeltme hakkı yalnızca süreli yayınlarda mümkündür. Kitap, tiyatro ve sinema gibi süresiz yayınlarda cevap ve düzeltme hakkı mümkün değildir(Baykal, 2019:3).

Cevap ve düzeltme hakkı, bir diğer ismiyle tekzip; sayesinde habere konu olan kişiler seslerini duyurma imkânı bulurken aynı zamanda bir yanlışı da düzelterek halkın konuyla ilgili doğru şekilde bilgilendirilmesini de sağlamış olurlar. Kişilik hakkına yönelik sorun oluşturan herhangi bir durumda kişiye aynı basın organında cevap ve düzeltme hakkı doğar. Böyle bir durumda mağdur olan kişi basın organı ile eşit imkânlara sahip olması açısından sorun oluşturan yazının bulunduğu sayfada, aynı punto ve uzunlukta yazılmış bir cevap metni yayınlatabilir. Günümüzde 1982 anayasası ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinde cevap ve düzeltme hakkına yönelik düzenlemeleri içeren maddeler yer almaktadır(Baykal, 2019:5).

Kişisel çıkarlara prim verilmemesi; Her meslek alanında olduğu gibi basın alanında da ahlaki sınırlılıklar bulunmakta ve bu sınırlılıklar basın meslek ilkeleri çerçevesinde ele alınmaktadır. Basın ahlakına yönelik belki de en önemli ve günümüzde de sıkça tartışılan ilkelerden biri kişisel çıkarların reddi konusudur. Basın sektörüne ve gazetecilere yöneltilen eleştirilerin büyük çoğunluğu da kişisel çıkarlara yönelik olmaktadır.

Kişisel çıkar konusu her meslek alanı için sorun olarak kabul edilse de 4. Güç olan medya alanında basın ahlakını zedeleyecek ciddi bir etik sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.Kişisel çıkarlarını ön planda tutan ve mesleğini kötüye kullanan basın çalışanları dünyanın her yerinde kınanırken konuyla ilgili düzenlemeler de basın ahlak yasalarında yer almaktadır.

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Bildirgesi'nde bir haberi yayımlama ya da örtbas etme karşılığında alınan her türlü rüşvet reddedilmelidir ifadesi yer almaktadır(Girgin, 2003:174).Gazeteciler icra ettikleri meslek gereği insanlar tarafından istismar edilmeye oldukça açık konumdadırlar. Buna bağlı olarak günümüzde de zaman zaman gazetecilerin rüşvet iddialarıyla ve sıklıkla da siyasi isimlerle beraber gündeme geldiklerini görmekteyiz.Kişisel çıkarların reddedilmesi medyanın etik ilkelerinden bağımsızlık ilkesi ile doğrudan bağlantılıdır. Gazeteciler öncelikle halka karşı sorumludur. Bu sorumluluğu da tarafsız bir gazeteci olarak, doğru, dürüst ve objektif haberler yaparak kamuyu bilgilendirmektir.

Gerçeklerin kurumsal çıkarlardan önce tutulması; Ülkemizde uygulanmakta olan Basın Meslek İlkeleri'nde yer alan ifadede gazeteciliğin temel işlevinin gerçekleri bulup bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmak olduğuna yer verilmiştir(Girgin, 2003:179).Gazeteciler kişisel çıkarlardan kaçınarak, halkın haberdar olma hakkını ön planda tutacak şekilde davranmalıdır. Örneğin siyasi bir kişiye yönelik skandal niteliğinde bir haberin yapılması kamunun bilme hakkı dâhilinde olması gereken bir durumdur. Burada gazetecilerin ya da bağlı oldukları kurumun siyasi bağlantıları bu haberin yapılmasının önünde bir engel niteliğinde olmamalıdır. Çünkü gazetecilerin en büyük sorumluluğu halka karşıdır ve özellikle kamusal önemi olan haberlerde halkın gerçeği öğrenmesi temel amaç olmalıdır.

Gazeteciler için en öncelikli olan kamunun bilme hakkıdır. Bunun için de bilginin serbestçe dolaşımı ve bilginin serbestçe dolaşımı için de demokratik, özgür bir ortamın varlığı şarttır. Çünkü bilgi önemli bir güçtür ve bu güce sahip olan toplum iktidarı elinde bulunduran egemen güçlerin üzerinde baskı uygulayabildiği gibi yaygın bir görüş bulunmaktadır(Çaplı, 2002:21).Günümüzde basın, kamu denetçisi olarak anılmasına rağmen pek çok basın organı siyasi bağlantıları nedeniyle haberlerini özgürce yapamamakta ya da yapmamayı tercih etmektedir.Buna bağlı olarak da aynı siyasi partiye yönelik olumlu haberler televizyon ya da gazetelerde devamlı olarak verilirken olumsuz haberlere daha az ya da hiç değinilmemesi gibi durumlar oluşabilmektedir.Her basın çalışanının ya da medya sahibinin belirli bir ideolojisi bulunmaktadır ancak bu ideolojinin kamunun gerçekleri bilme hakkının önüne geçmemesi gerektiği unutulmamalıdır.

Şiddete, porno yayınlara ve terörizme karşı duruş sergileme; Kadın, çocuk ya da hayvanlara yönelik şiddete ülkemizde sıklıkla rastlamaktayız. Bu duruma bağlı olarak da medyada şiddet haberleri ve özellikle de kadına yönelik şiddet haberlerine sıkça yer verilmektedir. Gazete, televizyon kanalları ya da internet gibi mecralarda şiddet içerikli haberlerde kullanılan fotoğraflar ve seçilen kelimeler ise oldukça önemlidir.

Günümüz gazeteciliğinde ise tıklanma, tiraj vb. kaygılarla beraber şiddet haberleri çoğunlukla magazinleştirilerek verilmektedir. Hem yazılı hem de görsel medyada yer alan haberlerde kadınlar kurban gibi gösterilebilmektedir. Bununla beraber haberlerde zaman zaman kadının güzelliği, yaşı, mesleği gibi unsurlara vurgu yapılarak olay daha da dramatize edilerek şiddetin meşrulaştırıldığına da şahit olmaktayız. İnternet medyasına bakıldığında da tıklanma sayısını arttırmak için haber görseli olarak seçilen fotoğraflarla okuyucunun ilgisini çekmeye çalışırken aynı zamanda da etik unsurlar görmezden gelindiğini görmekteyiz(Avcı ve Güdekli, 2018:478).Ancak özellikle son yıllarda televizyonda şiddet ve pornografik içerikler için izleyicilerin sözlü ya da yazılı olarak çeşitli sembollerle uyarıldığını da belirtmek gerekmektedir(Banar, 2003:8).

Terör ve suç örgütlerine yönelik haberler de basın ve toplum açısından oldukça hassas konular olması dolayısıyla büyük öneme sahiptir. Bu bakımdan gazeteciler haberi ilk olarak aktarmak için çaba gösterirken bir yandan da kamuoyunu bilgilendirme noktasında terör örgütünün propagandasını da yapmamaya ayrıca dikkat etmelidir(Beren, 2005:2).

2.2.4. Medya Etiğine İlişkin Çevresel Faktörler; Gazetecilik meslek etiğine ilişkin sorunlar gazetecilerden kaynaklanabileceği gibi,medyanın mülkiyet yapısı, medya sahibinin tutumu, tiraj ve reklam-ilan baskısı ve okur temsilciliği/ombudsmanlık sisteminin yetersizliği gibidiş faktörlere bağlı olarak da oluşabilmektedir(Arslan&Arslan, 2016:183).

Medyanın mülkiyet yapısından kaynaklanan sorunlar;Medyanın mülkiyet yapısındaki değişimlere bağlı olarak medya içeriklerinde de çeşitli değişiklikler yaşanmaktadır. Holding sahiplerinin medyaya yönelmesi, siyasilerle olan bağlarla beraber medya bir endüstri haline gelerek bir şirket görüntüsü vermektedir. Bu noktada medya sahipleri meslek etiği ve etik kaygılardan çok kar/zarar endeksli bir sermaye sahibi olarak yer almaktadır. Medya sermayesinin bir getirisi olarak da böyle bir ortamda önemli olan kar elde etmek ve bununla beraber de mal olarak nitelendirilen içeriğin kişilere nasıl sunulacağı konusudur(Adaklı, 2010:72).

Medyanın endüstri haline gelmesinin bir sonucu olarak gazetecilere baktığımızda ise çalıştıkları kurumun çıkarlarına bağlı olarak hareket ettiklerini görmekteyiz. Özellikle medya sahibinin hükümetle olan yakınlığı medya kuruluşunun yayın politikasını belirlemede önemli bir unsur olurken aynı zamanda gazetecilerin haberlerini kurgularken de dikkat ettikleri etkenlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca basında hangi haberin, ne şekilde yer alacağı da hedef kitleye yani tüketiciye göre şekillenmektedir. Gazeteciliğin en temel işlevi topluma gerçeği aktarmak olsa da serbest piyasa şartlarındaki durumun uygulanma noktasında sorunlar oluşturmaktadır. Dolayısıyla çoğu zaman haberin gerçekliğinden önce piyasaya göre kurgulanmış olan haber değeri yüksek konular gelmektedir(O'Neill, 2011:42).

Medya sahibinin tutumu; Yasama, yürütme ve yargıdan sonra 4. Güç olarak yer alan medya, kamunun bir denetçisi olarak iktidarı denetleme görevini yaparken medyanın her durumda toplumun haber alma hakkını ön planda tutması büyük önem arz etmektedir(Tılıç, 2001:177).

Gazetecilerin gerçeği söylemesinin önündeki her engel meslek etiğine ters düşmekte ve ahlaki bir sorun yaratmaktadır.Gazetecilerin halkın tamamen doğru bilgiyi almasını sağlaması da ancak özgür bir medya ortamında mümkün olabilmektedir. Şüphesiz ki egemen ideolojiler gazeteciler ve medya sahipleri üzerinde bir tahakküm oluşturma çabası içinde bulunabilmektedirler. Ancak bu durum özgür bir medya ortamının sağlanmasının önünde en büyük engeli oluşturmaktadır. Burada medya sahibinin tutumu ise oldukça önemlidir. Siyasi baskılara yenik düşmeden, meslek etik ilkelerine bağlı bir şekilde sürdürülecek yayın politikası, özgür bir basın anlayışıyla uyumlu olacaktır.

Tiraj ve reklam-ilan baskısı;Medyanın ticarileşmesiyle beraber tiraj, reklam-ilan baskıları da kendini göstermeye başlamıştır. Medya kuruluşları çoğu bu ticarileşme ve topluma yönelik sorumluluğu arasında kalabilmektedir(Arslan&Arslan, 2016:186).Özellikle yerel basın için reklam büyük bir gelir kaynağıdır. Buna bağlı olarak bölgede yer alan şirketlerin reklamlarına önem verilirken bu şirketlerle olan yakın ilişkiler yapılacak haberlerin içeriğini de büyük ölçüde etkilemektedir. Bu şirketlere yönelik olumsuz haberlerin verilmemesi ya da olumlu haberlerin tam sayfa yer alması bu duruma örnek oluşturmaktadır. Bu durumda hem medya sahibinin hem de gazetecilerin tutumu oldukça önemlidir. Bu gibi durumlarda en önemli ilkelerden olan basının bağımsızlık ilkesine ve dolayısıyla da basın özgürlüğüne zarar verirken aynı zamanda okuyucu ya da

izleyicilerin de basına olan güvenini zedelemektedir. Hem gazeteciler hem de medya sahibi etik ilkeler doğrultusunda hareket ederek her türlü baskının karşısında durmalıdır.

Okur temsilciliği/ombudsmanlık sisteminin yetersizliği; Basın alanında özdenetim bireysel olacağı gibi kurumsal olarak da yer alır. Öncelikle gazetecinin haberini kurgularken kendi kendine uygulayacağı bireysel bir özdenetim, ardından ise kurumsal olarak basının özdenetimi gelmektedir(Arvas, 2014:41).Basının özdenetimi konusunda ombudsman kurumu büyük öneme sahiptir. Ancak ombudsmanın etkin bir şekilde rol alabilmesi noktasında medya kilit bir konumdur. Medyada yer alacak ombudsmanın görevlerine ve aldığı kararlara ilişkin haberler hem toplumu konu hakkında bilgilendirmek hem de ombudsmanın görünürlüğünü sağlamak açısından önemlidir. Bununla beraber okuyucu temsilciliği gelen şikâyetleri dinleme ve etik sorunlar noktasında oldukça önemli bir konumda olmasına rağmen özellikle yerel basında düzgün işlemeyebilmektedir.

2.2.5. Medya Etiği Üzerine Yapılan Çalışmalar

İletişim araçlarının çıkışı ve günden güne çoğalmasıyla medya etiği zamanla daha da önemli bir konu haline gelmiş ve çok sayıda bilim insanının da araştırma konusunu oluşturmuştur. İnternet medyasının dâhil olmasıyla beraber medya etiği farklı bir boyut kazanmış ancak diğer bir yandan da yeni etik sorunlar da gündeme gelmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar genellikle haber başlığının içerikle uyuşmaması, kullanılan haber dili, haber sayfalarını kaplayan reklamlarla beraber haberin bilgilendirme işlevi kaybedilerek kazanç sağlama aracı, bir meta konumuna getirilmesi gibi etik sorunlar üzerinde durulmuştur. Medya etiği ile ilgili araştırmaların pek çoğunda ise etik sorunlara odaklanılırken etik kavramında da belirtildiği gibi asıl olarak sorunların arkasında yatan nedenlere genellikle dikkat çekilmemiştir.

Medya etiğine yönelik günümüz çalışmalarının içeriğine bakıldığında çoğunlukla internet medyasına ve etik sorunlarına yönelme eğilimine rağmen yerel medyayla ilgili çalışmalar da bulunmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri şüphesiz ki yerel medyanın günümüzde de demokrasi kültürünün yayılması açısından ilk basamakta yer alarak oldukça önemli bir konuma sahip olmasıdır. Buna bağlı olarak da yerel medyada etik ilkelerin uygulanması noktası oldukça önemli olmaktadır.

Yerel medya yapısı gereği belirli bir bölgede çıkar ve ulusal medyada yer almayan haberlere yerelmedyada yer verilir. İnsanlar özellikle yaşadığı yerle ilgili sosyal aktivitelerine, olaylarına, sorunlarına ve gündemine yönelik bilgi sahibi olmak ister(Arslan&Arslan, 2016:181). Yerel medyaya yönelik yapılan çalışmaların çoğunda da etik sorunlara yer verilirken üzerinde en çok durulan konuların başında medya çalışanları ile bölgedeki yöneticiler arasındaki mesafe gelmektedir. Medya çalışanları her ne kadar yöneten ve yönetilenler arasında bir köprü görevi görse de yerel medyanın yöneticilere olan yakınlığı, zaman zaman propaganda aracı olarak adlandırılmasına neden olmaktadır.

2.3.Basın Kuramları

Devletler pek çok sistemin bir araya gelmesiyle oluşur ve bu sistemin en önemli parçalarından biri de kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları içinde bulunduğu sistemle uyum içinde çalışmaktadır. Buna bağlı olarak devletler kendi sistemlerini oluştururken kitle iletişim kurum ve araçları da bu sistemden bağımsız değildir. Özellikle ulus devletlerin ortaya çıkması bu devletlerin siyasal yapılarıyla beraber kitle iletişim alanında da değişimler yaşanmasına yol açmıştır. Her ulus devleti kendi siyasi yapısına uyumlu olacak şekilde kitle iletişim yaklaşımlarını benimsemiştir(Güngör, 2018:362).

Fred S.Siebert ve arkadaşlarının 1950’li yıllarda Otoriter Kuram, liberal Kuram, Sosyal Sorumluluk Kuramı ve Sosyalist Kuram olarak ortaya attıkları kuramlar genel ismiyle ‘‘dörtlü basın kuramları’’ olarak adlandırılmaktadır(Mora, 2008:7).

Basının Dört Teorisi

	Otoriter	Liberal	Sosyal Sorumluluk	Sovyet Totaliter
Gelişmesi	İngiltere'de 16. ve 17. yüzyılda oldukça benimsendi ve hala çoğu yerde kullanımda	1688'den sonra İngiltere ve Amerika tarafından benimsendi; birçok ülkede etkili oldu	Amerika'da 20. yüzyılda	Zamanında İtalyanlar ve Naziler tarafından uygulanmasına rağmen, SSCB'de gelişmiştir
Kaynağı	Hükümdarın sınırsız güç felsefesi, onun hükümeti, ya da her ikisi de.	Milton, Mill, Locke'un yazıları, rasyonalizm ve doğal hakların genel felsefesi	W.E. Hocking yazıları, basın özgürlüğü kurulu ve pratisyenler, medya şifreleri/yönetmelikleri	Marksist, Leninci, Stalinçi düşünce ile Hegelin birleşimi ve 19. yüzyıl Rus düşüncesi
Temel amaç	İktidardaki devletin politikasını desteklemek, ilerletmek ve devlete hizmet etmek	Bildirmek, eğlendirmek ve satmak fakat genellikle doğruyu ortaya çıkarmak ve devleti denetlemek	Bildirmek, eğlendirmek, satmak fakat genellikle fikir ayrılıklarını müzakere etmek	Başarıya katkıda bulunmak, özellikle parti diktatörlüğünü ve Sovyet Sosyalist sistemini devam ettirmek
Medyayı kullanma hakkı	Kraliyet patenti veya benzeri izni alan herkes	Ekonomik ortalamaya sahip herkes	Söyleyecek bir şeyi olan herkes	Sadık ve Ortodoks parti üyeleri
Medya nasıl kontrol ediliyor?	Devlet patentleri, esnaf cemiyeti, lisanslar ve sansür.	Serbest fikirler pazarındaki kişisel gerçekler ve mahkemeler	Topluluk düşüncesi, tüketici etkisi, profesyonel etik kodlar.	Devletin gözetimi ve ekonomik, ya da politik hareketi
Yasak olan ne?	İktidardaki yetkililerin ve Politik sistemin eleştirisi	Hakaret, müstehcenlik, savaş zamanı kışkırtma ve ahlaksızlık	Tanrıman özel hakların ve yaşamsal sosyal ilgilerin işgal edilmesi	Taktiklerden ayırt edilen parti hedeflerinin eleştirilmesi
Sahiplik/Özgürlük	Özel veya kamusal	Genellikle özel	Devlet kamu hizmetini sigortalamak için devralmadığı sürece özel	Kamusal
Diğerlerinden temel farklılıkları	Devletin ait olması şart olmamasına rağmen, hükümet politikası işleyen araç	Toplumsal ihtiyaçları karşılayan ve devleti denetleyen araç	Medya sosyal sorumluluğu bir mecburiyet olarak kabul eder, etmez ise mutlaka fark edilir.	Devlet malı olan ve yakından kontrol edilen medya, sadece devletin otoritesi olarak vardır

Şekil 6: Basın kuramları

2.3.1.Otoriter Kuram

Otoriter anlayışta basının asıl görevi kendi ideolojilerini toplumun benimsemesini sağlamaktır. Bunun için de basında çoğulculuğu ve farklı seslerin yükselmesini kendileri için tehlikeli görmekte ve karşı çıkmaktadırlar. Bu yüzden kitle iletişim araçlarının bağımsız hareket etmesi düşünülemez. Otoriter kuramda özgürlük, otoriteye uygun şekilde ilerlediği, hizmet edildiği takdirde kabul edilebilen bir kavrama karşılık gelmektedir. Bu kurama göre basın devlet ile halk arasındaki iletişim için bir köprü görevi gören, resmi bir araçtır. Buna bağlı olarak da basın içerikleri devletin kontrolündedir. Kontrol dışı hareket edilecek herhangi bir özgür alanın oluşması fikrine, devletin aleyhine oluşabilecek sorunlar açısından kesinlikle olumsuz bakılmaktadır (Arvas, 2014:19). Buradan da anlaşılacağı gibi otoriter kurama göre;

-Medya tamamen yönetime bağlı olmalı ve bu düzenli sistem bozulmamalıdır.

-Gerektiğinde sansür uygulanabilir.

-Otoriteye karşı herhangi bir durum, politikaya sataşma, ahlaki ve siyasi değerlerle alay etmek suç olarak kabul edilmektedir.

-Özel ya da kamu fark etmeksizin kitle iletişim araçlarının sahipleri de siyasi otoritenin belirlediği kuralların tümüne uymak zorundadır(Güngör, 2018:363).

2.3.2.Liberal Kuram

Otoriter kurama bir eleştiri olarak 17. Yüzyılda ortaya atılmıştır. Liberal ideolojide basının özgür olması toplum için oldukça önemlidir ve bunun için de basının çok sesli olması gerekmektedir. Toplumda yaşayan her birey düşüncelerini rahatlıkla ifade edebilme özgürlüğüne sahip olmalıdır. Otoriter anlayışın tam aksine liberal ideolojide basın, otoritenin görüşünü topluma benimsetmek yerine kamu adına devleti denetleyici konumunda bulunmaktadır. Medya, kamu adına devleti ve devlet adına da kamuyu denetlemesiyle bir gözcü görevi görmektedir. Bu yüzden de yasama, yürütme ve yargıdan sonra basın 4. Güç olarak yer almalıdır(Güngör, 2018:364).Bununla beraber liberal ideolojiye göre basın bilgi verme, doğruyu ortaya çıkartmak, eleştirme, eğlendirmek gibi işlevlere de sahiptir. Liberal düşüncede kanunların yeri de büyüktür. Her ne kadar özgür bir basın ideolojisinde olsa da özgürlüğün sınırları da çeşitli yasalarla düzenlenmiştir.

Savaş, terör destekleyici yayınlar, haysiyet zedeleyecek yayınlar, hakaret ve müstehcenlik içeren durumlarda yapılan denetlemelerle beraber yayın sonrası bu yasalar devreye girmektedir(Eralp, 2017:41).Liberal ideolojide özgür ve serbest bir pazar anlayışı vardır. Medya da meta olarak ele aldığı haberi satan ve bundan kar elde eden işletme yapısındaki bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır(Mora, 2008:9). Bunlara ek olarak liberal ideolojiye göre(Öztürk, 2015:17);

- Yayınlarda ön sansür uygulanmamalı
- Yayın yapmaya yönelik bir zorlama olmamalı
- Hükümet, siyasi partiler vb. eleştirmek suç sayılmamalı
- Ulusal sınırlar haricindeki yayınlar rahatlıkla yapılmalı

2.3.3. Sosyal Sorumluluk Kuramı

2. Dünya Savaşı sırasında kitle iletişim araçları etkin bir şekilde kullanılmış ve hatta Hitler başta olmak üzere pek çok lider kitle iletişim araçlarını propaganda aracı olarak kullanmıştı. Özellikle 1920'li yıllarda kitle iletişim araçlarının etkilerine yönelik çalışmalar hız kazanmış ve sonuç olarak da kitle iletişim araçlarının sınırsız etkilere sahip

olduğu sonucuna varılmıştı. Bununla beraber kitle iletişim kuruluşlarının diğer sektörler gibi kapitalist mantıkla ilerlemesinin olumsuz yönleri de ortaya çıkmıştır. Sosyal sorumluluk kuramının savunduğu görüşe göre de medya sektörünün ticari amaç güden şirketler gibi olmaması gerekmektedir(Güngör, 2018:364).Sosyal sorumluluk kuramı, Hutchins Komisyonu'nun çalışmaları sonucunda Amerika'da ortaya çıkmış olsa da kısa zaman içerisinde Avrupa'da da görülmeye başlanmış bir kuramdır. Liberal medya kuramının uygulanması noktasında oluşan sorunlar nedeniyle ABD'de oluşturulan Hutchins Komisyonunun yayınladığı rapora göre(Mora, 2008:9);

-Basın özgürlüğü ve basının sorumlulukları arasında bir uyumsuzluk bulunmaktadır.

-Basın özgürdür ancak kamuya karşı olan sorumluluğu nedeniyle aynı zamanda bir kamu hizmeti de yapmaktadır.

-Teknolojik gelişmeler nedeniyle çeşitli kişi ve grupların basına erişimi noktasında sorunlar yaşanmaktadır.

Sosyal sorumluluk kuramında medyanın sahip olduğu haklar kadar medyada yer alan bireylerin hakları da oldukça önemli bir konumdur.Liberal kuramdaki gibi özgürlükler temel alınmaktadır ancak bu özgürlükler başkalarını olumsuz etkileyecek şekilde olmamalıdır. Sosyal sorumluluk kuramının bir diğer düşüncesi de toplumsal kalkınmaya yöneliktir. Kurama göre toplumsal kalkınmanın mümkün olabilmesi için basının çok sesli olması gerekmektedir. Dolayısıyla medya işleyişini kendi belirlerken toplum ve toplumun isteklerini de gözetmelidir(Arvas, 2014:28-29).

2.3.4 Sosyalist Kuram

1917 Bolşevik Devrimi'yle beraber sosyalist kuram gündeme gelmiştir. Kurama göre kitle iletişim araçlarının görevi iktidarın yanında olarak sosyalist ideolojiyi halkın benimsemesi ve sosyalist düşüncenin sürekliliği noktasında katkıda bulunmaktır(Eralp, 2017:47). Dolayısıyla kitle iletişim araçları devletin çıkarlarına yönelik hareket ederek devletin ilerlemesine katkı sağlamaktadır. Bu düşünceye bağlı olarak da sosyalist kurama göre kitle iletişim araçlarının farklı düşünceleri topluma aktarması gerekmektedir. Sosyalist kurama göre medyaya bakıldığında(Siebertakt. Öztürk, 2015:29);

-Medya, devlet ve partinin bir aracı olarak yer almaktadır.

-Medya, devlet ve partiyle bağlantısı olan tüm araçlarla bütünüdür.

-Medya propaganda aracı olarak kullanılmaktadır.

-Medya, zorunlu olarak devletin otoritesi için gereklidir.

Sosyalist kuram asıl olarak sınıfsız bir yapının oluşmasını destekler. Buna bağlı olarak da düzenin gerçek sahibinin işçi sınıfı olduğu görüşünü savunur. Kitle iletişim araçları da işçi sınıfını ve sosyalist ideolojiyi destekler nitelikte olmalıdır(Güngör, 2018:366).

2.3.5. Gelişme Aracı Kuramı

Siebert ve arkadaşlarının ortaya attığı otoriter, liberal, sosyal sorumluluk ve sosyalist kuramdan sonra Denis McQuail tarafından 2 kuram daha eklenmiştir. Bunlardan biri gelişme aracı kuramı ya da gelişmeci kuram olarak adlandırılmıştır(Çebi, 2014:52).

Kuramın çıkış noktasına baktığımızda ise 1960'lı yıllara dayandığını görmekteyiz. Sömürgeciliğin ortadan kalkmasıyla ülkelerin özgürleşmesine bağlı olarak gelişmekte olan ülkelerde ekonomik, siyasal, kültürel pek çok alanda düzenlemelerin yapılması, bu alanların yeniden inşa edilmesi ihtiyacı doğmuştur(Eralp, 2017:44).Özellikle sömürgecilikten yeni kurtulmuş ülkelerin kendilerini yeniden güçlendirmesi noktasında kitle iletişim araçlarına büyük görev düşmekteydi. Kendi ulusal kimliklerini ve dillerini yayma noktasında da kitle iletişim kuramları önemli bir konumdaydı. Bu yüzden her ülkenin kendine özgü kitle iletişim araçlarına sahip olması ve gerekli ekonomik, kültürel ve siyasal kalkınmanın sağlanması için bu araçların desteği gerekiyordu. Bunun için (Işık, 2012:40);

-Kitle iletişim araçları dil ve kültürel kimliğin yayılmasını destekleyecek nitelikte yayınlar yapmalıdır.

-Devlet, ülkenin ilerlemesi ve gelişmesi açısından gerektiğinde basın özgürlüğü noktasında müdahalede bulunabilir ve sansüre başvurabilir.

-Medya çalışanları bağımsız oldukları kadar sorumluluklarının da bilincinde olmalıdır.

-Kitle iletişim araçları kendi bulunduğu ülkedeki gibi sömürgecilikten kurtulmuş, gelişmekte olan diğer ülkelere yönelik haberlere öncelik vermelidir.

-Kitle iletişim araçları devletin politikalarıyla paralel yönde yayınlar yaparak, gelişmelerin destekçisi olmalıdır.

2.3.6. Katılımcı Demokratik Medya Kuramı

Denis McQuail'in dört basın kuramına sonradan eklemiş olduğu bir diğer kuram da katılımcı demokratik medya kuramıdır. Bu kuramın merkezinde okuyucu, izleyici, dinleyiciler ve onların beklentileri, istekleri öncelikli olarak yer almaktadır. Dolayısıyla katılımcı demokratik kurama göre gönderici ve alıcının karşılıklı etkileşim içinde olması gerekmektedir.

Medyanın asıl hedefi karşısındaki alıcı kitledir ve bu nedenle devlet medyaya hem yapılanması hem de içeriği yönünden herhangi bir müdahalede bulunmamalıdır. Bununla beraber kitle iletişim araçlarının toplumun her kesiminin eşit şekilde faydalanabileceği şekilde bir yapısının olması gerekmektedir. Kuramda özellikle toplum içindeki azınlıklar ve çeşitli gruplara yönelik yayınlara sıkça yer verilip, kitle iletişim araçları yoluyla kendilerini ifade etme imkânı sağlanması gerektiğini savunulur (McQuail, 1999:52).

2.4 Haber Kavramı ve Haberciliğin Tarihçesi

20. Yüzyılın başlarına doğru özellikle ABD'de gazetecilik alanında profesyonelleşmenin ilk adımları olarak adlandırabileceğimiz gazetecilik eğitimiyle ilgili programlar açılmaya başlanmıştır (Tokgöz, 2010:206). Bu sayede de haber kavramını tanımlama noktasında farklı tartışmalar ortaya çıkmıştır.

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) tanımına göre haber, "Bir olay, bir olgu üzerine edinilen bilgi, salık ve bir diğer anlamıyla da "iletişim veya yayın organlarıyla verilen bilgi" anlamlarına gelmektedir (TDK, 2022). Ancak haber üzerine çok sayıda farklı tanımlama bulunmaktadır. Tokgöz'e göre haber, "Herhangi bir zamanda geçen olay, fikir ya da sorunun özetidir". Van Dijk ise haberi söylem olarak tanımlamakta ve bu söylemlerin de toplumda egemen söylemin bir ürünü olduğunu varsaymaktadır. Bir gazeteci olan Walter Lipmann ise haberi tanımlarken haber ile gerçeği birbirinden ayırmış ve olayların gerçeklere dayandırılarak yazılmasını haber olarak adlandırmıştır (Tokgöz, 2008:205).

Eski Mısırlıların M.Ö 2000 yılında kâğıdın en ilkel hali olarak adlandırılan papirüsün üzerine yazı yazmasıyla başlayan süreç, Çin'de keten ve pamuğun ıslatılarak hamur haline gelmesiyle kâğıdın kullanımına başlanmasıyla devam etmiştir. Dünya nüfusunun artmasıyla beraber kâğıt yapımı için başka madde arayışına girilmesiyle de hammaddesi odun olan kağıtların üretimi tam olarak başlamış ve yazılı iletişime

geçilmiştir. İlk haberleşme ve günümüz gazetelerinin de ilk örneği niteliğinde olan haber mektupları ise insanların olan biteni öğrenme ihtiyacıyla beraber Avrupa'da ortaya çıkmıştır(Gönenç, 1993:61). Bununla beraber dönemin ticaret faaliyetleri de haber mektuplarının çıkışı noktasında önemli bir etken olarak yer almaktadır.

Günümüz kaynaklarında yer alan bilgiler ışığında, yayımlanan ilk gazete Çin'in Pekin kentinde yayımlanan King-Pao adlı gazetedir. Bugünkü anlamıyla yayımlanan ilk gazete ise matbaanın bulunmasından uzun süre sonra 1609 yılında Almanya'da yayımlanan "Avisa, RelationOderZetung" isimli gazete olmuştur. Düzenli olarak yayımlanan ilk gazete olan "LeibzigerZeitung" da yine Almanya'da 1660 yılında çıkmıştır. Osmanlı Devleti ise gazetecilik faaliyetlerine diğer ülkelere göre daha sonra başlamış ve Türkçe olarak çıkarılan ilk gazete olan Takvimi Vakayi'yi 1831 yılında İstanbul'da yayımlamıştır(Yıldırım, 2016:286-287).

2.5Medya Etiğine Yönelik Düzenlemeler

Medyanın; gazete, televizyon vb. yazılı ve görsel olarak çok sayıda alanı kapsaması çeşitli yasal düzenlemeleri de zorunlu hale getirmektedir. Bu düzenlemeler ve uygulamaları da ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber uygulanan cezai yaptırımlar medyadaki sorunlu alanlara yönelik caydırıcı niteliğinde olmaktadır(Örs,2010:6).Ancak yasal düzenlemelerden önce ilk olarak medya çalışanları ve medya sahiplerinin etik ilkeleri uygulayabilecek medya profesyonelleri olması gerekliliğini vurgulamak gerekmektedir. Belirlenen ahlaki ilkeler ise evrensel insan hakları ve ahlaki normlardan temel alınarak ortaya konulmuştur(Özgen, 2006:26).Basında özdenetim denildiğinde tüm sorumluluğun medya çalışanında olduğu okur temsilciliği karşımıza çıkarken mevcut medya yapılanmasının dışında kalan denetlemede ise Divan, Konsey ve Cemiyet kavramları karşımıza çıkmaktadır. (Özgen, 2018:119).Ancak medya etiğine yönelik bu düzenlemelerin hiçbiri kanun niteliğinde değildir. Buna bağlı olarak da etik ihlaller noktasında herhangi bir yaptırım da söz konusu değildir çünkü etik kuralların uygulanmasıyla ilgili bir zorunluluk yoktur(Duran,2005:125).

2.5.1 Gazeteciler Cemiyeti

2.Dünya savaşı sonrası siyasal alan da dâhil pek çok alanda değişim meydana gelmiştir. Bu değişimlerden hükümet değişimi sonrası Basın Birliğinin ortadan kaldırılmasıyla beraber gazeteciler büyük ölçüde etkilenmiştir. Buna bağlı olarak 1946

senesinde gazeteciler bir araya gelerek yasa yoluyla kurulan ilk kurum olan Gazeteciler Cemiyeti'ni kurmuştur. TGC'nin kurulmasındaki en önemli etkenlerden biri gazetecilerin haklarını koruyabilecek herhangi meslek örgütünün olmamasına bağlı olarak yaşadıkları korkudur. Bunun üzerine gazeteciler yeni bir meslek kuruluşunun oluşturulmasına yönelik çalışmalar başlatmıştır. Çalışmaların içeriğinde ise ifade, düşünce özgürlükleri, gazetecilerin sosyal güvenceleri, mesleki eğitimleri gibi konular yer almaktadır. TGC'nin kabul edilen tüzüğünde ise ilk defa evlenenler, çocuğu olanlar, hastalananlar ve işsiz kalan gazetecilere yönelik sosyal yardımlardan söz edilmiştir(Arvas, 2014:104).Ayrıca TCG, tüzüğünde de yer aldığı gibi gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının tümünü kapsamaktadır.Gazeteciler Cemiyeti'ne 1993'te başına Türkiye ibaresi eklenerek Türkiye Gazeteciler Cemiyeti(TGC) ismini almıştır(Özgen, 2018:147).

2.5.2 Basın Ahlak Yasası ve Basın Şeref Divanı

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul gazeteciler sendikasının ortak girişimiyle ahlaki ilkelere yönelik ilk adım olarak kabul edilen Basın Ahlak Yasası1960'ta yürürlüğe girmiştir. Basın özgürlüğünün 100. Yılında yürürlüğe giren yasa, İsveç Basın Konseyi göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Hazırlanan taahhütname metnini gazete sahipleri, yazı işleri müdürleri ve meslek kuruluşları başkanları imzalayarak onaylamıştır(Arvas, 2014:118-120).Basın Ahlak Yasasının uygulanması noktasında denetleyici görevi görecek olan kurum ise Basın Şeref Divanı olarak belirlenmiştir(Girgin, 2003:205).

Ahlak yasalarına aykırı durumlarda Basın Şeref Divanı'nın çeşitli yaptırımlarda bulunma hakkı mevcut olmakla beraber tüm basın kuruluşları taahhütnameyi imzalayarak bu yaptırımları kabul etmiştir. Gazetecilere yönelik baskı ve sansüre karşı bir özdenetim mekanizması görevi görecek olan Basın Şeref Divanı aynı zamanda demokratikleşme ve basın özgürlüğü adına da önemli bir basamak olacaktı(Arvas, 2014:120).Ancak 1967 yılına gelindiğinde Basın Şeref Divanı bir özdenetim mekanizması olarak başarısızlığını kabul etmiş ve kendi kendini feshetmiştir. Bunun sonucunda yeni bir denetim mekanizmasının ortaya konması için basın çalışanları çok sayıda toplantı gerçekleştirmiş fakat fesih ilanından sonraki 20 sene boyunca herhangi bir özdenetim uygulaması yürürlüğe girmemiştir(Altıntop & Bak, 2020:43).

2.5.3 Basın Konseyi

Basın Şeref Divanı'nın feshinin ardından basın çalışanlarıyla yapılan toplantılarda daha özgün bir basın anlayışı merkez alınarak batıdaki başarılı sistemlerin getirilmesi üzerine odaklanılmıştı. Gazeteciler Cemiyeti ve Gazeteciler Sendikası Başkanı Oktay Kurtböke'nin desteği ve basın çalışanlarının fikirleri doğrultusunda 1988'de Basın Konseyi Sözleşmesi için imzalar toplanmıştı(Girgin, 2003:211).

Devletin önerisi üzerine kurulan konsey bazı basın çalışanlarını özgürlükler noktasında rahatsız etmiş olsa da konsey yalnızca gelecek şikâyetler doğrultusunda hareket edileceğini belirtmiştir. Gelecek şikâyetler incelendikten sonra da cezai yaptırımlar yerine, uyarma ve kınama gibi kararlar verilecektir(Altıntop & Bak, 2020:57).

Basın Konseyi;

1. Basın Konseyi Üyeler Kurulu (BKÜK)
2. Basın Konseyi Yüksek Kurulu'dur. (BKYK)

Ayrıca bunlara ek olarak Genel Sekreter ve Genel Sekreter'e bağlı kişilerin oluşturduğu bir ekip vardır(Girgin, 2003:212).

2.5.4 Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi

Basın organlarının tümü, bünyesinde çalışan gazetecilerden sorumlu olarak gazetecilerin haklarını savunmalı ve aynı zamanda meslek etik ilkelerin uygulanması noktasında da denetleyici olmalıdır. Toplumun haber alma hakkı olduğu gibi gazeteciler de dürüstlük ilkesini benimseyerek toplumu doğru bilgilendirmelidir.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, gazeteciliği tanımlarken gazetecilerin sahip olduğu hakları, sorumlulukları ve uyması gereken meslek ilkelerinden oluşmaktadır(İrvan, 2003:91-95).

2.5.5 Basın İlan Kurumu

1961'de resmi ilan dağıtımındaki eşitsizlikler ve basın özgürlüğüne yönelik sıkıntıların bir sonucu olarak ilan dağıtımının düzenlenmesi amacıyla kurulan özerk bir kurumdur. "Basın", "Hükümet" ve "Tarafsızlar" olmak üzere üç gruptan oluşan Genel Kurul; her gruptan eşit temsille oluşan Denetçiler ve Yönetim Kurulu ile Genel Müdürlük ve Şubelerden oluşmaktadır(Kösedag, 2018:10).

BKİ'nin en üst mercii olan Genel Kurul 36 üyeden oluşurken; 12'si temsilcilerden oluşan Basın grubu, 12'si cumhurbaşkanlığı ve bakanlıklar tarafından belirlenen Hükümet grubu ve diğer 12 kişi ise İstanbul, Ankara ve İzmir'deki hukuk ve iletişim fakülteleri ile Türkiye Ticaret Odaları, Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Türkiye Barolar Birliğinden, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu Genel Müdürlüğü(TRT) ve Anadolu Ajansı tarafından belirlenmektedir. 2017 yılında denetim alanı genişleyen Basın İlan Kurumu gazete ve dergilerin internet sayfalarını da denetleme görevini almıştır. Ayrıca aynı sene, devlet ve millete yönelik tehdit içeren yayınların 60 gün resmi ilan haklarının dondurulması da alınan önemli kararlar arasındadır(Kösedag, 2018:11-12).

2.5.6 Uluslararası Gazeteciler Federasyonu

Uluslararası Gazeteciler Federasyonu, uluslararası olarak uygulanan özdenetim uygulamalarından biridir. İlk olarak 1954'te yapılan Uluslararası Gazeteciler Federasyonu(FIJ)Kongresinin ardından 1986'da yapılan bir başka kongre ile çeşitli düzenlemeler yapılarak gazetecilik meslek ilkeleri belirlenmiştir(Banar, 2003:39).

2.5.7 Okur Temsilciliği(Ombudsmanlık)

Ombudsmanlık köken olarak, ilk kez uygulandığı yer olan İsveç'ten gelmekle beraber “ombud” (temsilci) ve “man” (kişi) sözcüklerinin bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Ombudsman genel anlamda, idareye yönelik bireylerden gelen şikâyetleri inceleyen, araştıran ve gerekli durumlarda sorunları gidermeye yönelik çalışmalar yürüten bir kurumdur. Ombudsmanlar çeşitli alanlarda yer almakta ve basın da bu alanlardan birini oluşturmaktadır. Basında yer alan ombudsmanlık da oto-kontrol amacıyla ortaya konmuş ve dilimize okur temsilcisi olarak yerleşmiş bir uygulamadır(Çakır, 2017:65).

Okur temsilciliği gazete ve okuyanlar arasında köprü görevi görerek etik ilkelerin uygulanma durumunun denetlenmesi noktasında önemli bir role sahiptir. Okur temsilcisi haberde yer alan etik sıkıntılar, yazım yanlışları vb. gibi konularda gelen şikâyetleri gazetecilere iletir ve köşesinde her hafta düzenli olarak okuyucu eleştirilerini yanıtlar. Bu sayede gazeteyi okuyan kitlenin gözünde gazetenin saygınlığı artmış olacaktır(Atabek, 2006:6).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ/MATERYAL VE YÖNTEM

Her alanda olduğu gibi gazetecilik alanında da uyulması gereken belirli etik kodlar bulunmaktadır. Bu noktada bu etik kodlar üzerinden ilerleyen araştırmada belirli etik ilkelerle gazetecilerin bu ilkelere uyma durumu ölçülmektedir.

3.1 Araştırmanın Problemi

Etik eski çağlardan günümüze dek merak edilen ve üzerinde sıkça konuşulan bir alan olmuştur. Özellikle günümüzde, artan meslek dallarıyla beraber mesleki etik ilkelere ve bu ilkelerin sınırlarının belirlenmesine yönelik çalışmalara literatürde sıkça rastlamaktayız. Medya ve gazetecilik etiği, dolayısıyla da haberde etik kavramı meslek etiğine yönelik önemli alanların başında gelmektedir. İletişim araçları sahip olduğu geniş kitlelere ulaşma ve kitleleri etkileme gibi özellikleri etik ilkelerin bu alanda daha da ön plana çıkarak önemli bir unsur olmasını sağlamaktadır. Medya etiğine yönelik yaşanabilecek sorunlar hem gazeteciler hem medya sahipleri hem de haberlerin ulaştığı kitle açısından çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinde ele alınmıştır. Buna bağlı olarak yerel medyada, gazetecilerin ve dolayısıyla da medyanın haber toplama, yazma ve yayımlama gibi süreçlerde etik ilkeler doğrultusunda ilerlemediği varsayımı çalışmanın problemini oluşturmaktadır.

3.2 Araştırmanın Amaç ve Önemi

Bu çalışmanın amacı medya etiğine yönelik yaşanabilecek etik ihlallerle beraber yerel medya çalışanlarının medya etiğine dair yaklaşımlarını ortaya koymaktır. Buna bağlı olarak da Çanakkale ili yerel medya çalışanlarının medya etiği ve ihlallere yönelik bakış açıları anket yöntemi kullanılarak ölçülmüştür.

Medya etiği medya mesajlarının geniş kitlelere ulaşması ve onları etkilemesi açısından büyük öneme sahiptir. Bu nedenle medyaya yönelik yaşanan etik ihlaller kamuoyunun gazetecilere ve dolayısıyla da medyaya olan güvenini de olumsuz yönde etkilemektedir. Etik ile ilgili çalışmaların geneline bakıldığında çoğunun ulusal ve internet medyasına yönelik olduğu görülmektedir. Ancak bu çalışmada yerel medya ve yerel medyadaki etik sorunlara odaklanılmıştır. Yerel medyanın daha dar bir kesime hitap etmesi

ve medyanın bölge halkıyla yakın temasta olması etik ihlaller noktasında önemli bir etken olurken çalışmanın konusunu da daha önemli hale getirmektedir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Etik antik dönemlerde tartışılmaya başlanmış ve günümüze kadar gelmiş felsefenin üzerinde en çok çalışılan alanlarından biri olmuştur. Özellikle son yıllarda gelişen teknoloji ve değişen dünya düzeniyle beraber etiğin kapsamı da genişlemiştir. Bu çalışmada da etiğin alt alanı olan mesleki etik çerçevesinde medya etiğine ve gazetecilere odaklanılmıştır.

Literatür kısmında etik, medya etiği ve bu etik ihlallerin neler olduğu üzerinde durulmuştur. Bununla birlikte Çanakkale’de yerel gazete çalışanlarının etik ilkeleri uygulama durumunu araştırmak amacıyla medya çalışanlarına anket çalışması uygulanmıştır. Ankette Likert Ölçeği kullanılmış ve demografik sorularla beraber katılıyorum-katılmıyorum şeklindeki sorulara yer verilmiştir. Nitel olarak 2. Ve 3. veri kaynaklarına bakılarak literatür taraması yapılmıştır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel olarak 1. Ve 2. veri kaynakları, nicel olarak da anket yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada etik ilkelerin uygulanma ya da ihlal edilme durumunu ölçmek için anket yapılmış ve araştırma evreni olarak Çanakkale yerel gazetelerinde çalışanlar kişiler seçilmiştir. Anket çalışması 112 kişiye uygulanmıştır. Örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi yöntem seçilmiştir

3.5. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anket, sosyal bilimlerde en sık kullanılan veri toplama yöntemlerden birisi olarak kısa bir süre içerisinde geniş bir örneklemden üzerinden veri toplamak için en uygun yöntemlerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Anket yöntemi yüz yüze olabileceği gibi internet üzerinden “online” şekilde de yapılabilmektedir (Şavran, 2017: 80).

Anketin ilk kısmında katılımcılara cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, mesleki deneyimi ve meslekten memnun olma durumu gibi sorulara yer verilmiştir. İkinci kısımda ise etik ilkelere yönelik 20 adet cümle yer almakta ve yanında likert ölçek türünden kesinlikle

katılıyorum, katılıyorum, emin değilimkatılmıyorum, kesinliklekatılmıyorum şeklinde seçeneklerbulunmaktadır.

3.6. Verilerin Analizi

Anket çalışması likert ölçek ile internet üzerinden katılımcılara ulaştırılmış ve uygulanmıştır. Veriler toplanarak Excell programına aktarılmış ve grafikler oluşturulmuştur.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu çalışmada Çanakkale yerel gazetecilerin etik ilkeleri uygulama durumu belirlenen etik kodlar üzerinden yapılan anket çalışmasıyla ölçülmüş ve etik ilkelerin çoğunun gazeteciler tarafından uygulanmadığı görülmüştür.

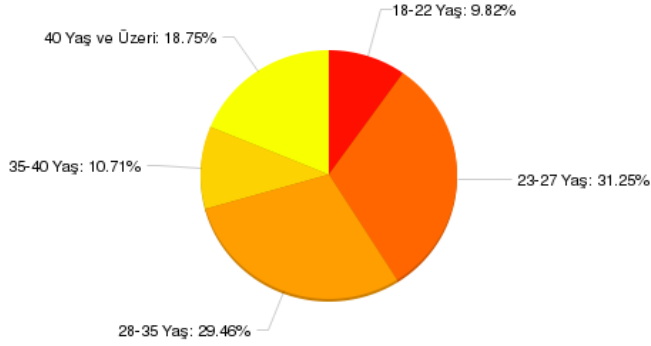
4.1. Anket Sonuçları Analizi

Anket çalışmasıyla katılımcılara medyadaki etik sorunlara yönelik bakış açılarını görmek amacıyla çeşitli sorular sorulmuştur. Her bir soru için ayrıca grafikler çıkarılmış ve yorumlanmıştır.



Şekil 7: Birinci anket sorusu

Çanakkale yerel medya çalışanlarına uyguladığımız ankette katılımcılara yöneltilen ilk soru cinsiyetti. 112 kişinin katıldığı ankette cinsiyet grafiğine baktığımızda ankete katılanların %48,21'inin (54) erkek, %51,79'unun (58) ise kadın olduğunu görmekteyiz. Böylece medya çalışanlarının genellikle erkek olduğu algısının en azından Çanakkale yerel medyası için geçerli olmadığı görülmektedir. Ayrıca yüzdelerin birbirine yakın olması da anket sonuçlarının cinsiyet açısından eşitliği için oldukça önemlidir.



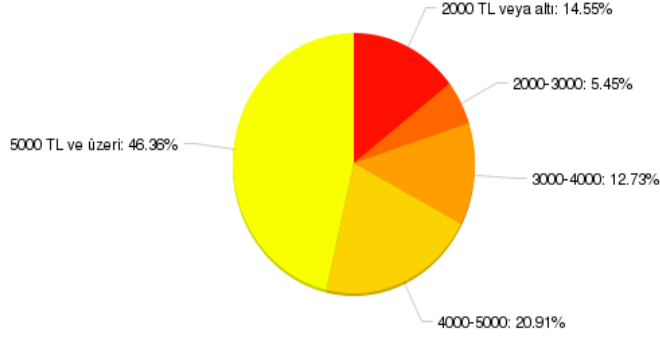
Şekil 8: İkinci anket sorusu

Anketin ikinci sorusu katılımcıların yaş aralığını öğrenmeye yöneliktir. 18-22 yaş aralığı %9,8 (11), 23-27 arası %31,3 (35), 28-35 arası %29,5 (33), 35-40 arası %10,7 (12), 40 yaş ve üzerinde ise %18,8 (21) kişi bulunmaktadır. Ankete katılanların çoğunun 23-27 yaş aralığında genç kişilerden oluştuğunu görmekteyiz. Bu yaş aralığının ardından da 28-35 yaş gelmektedir.



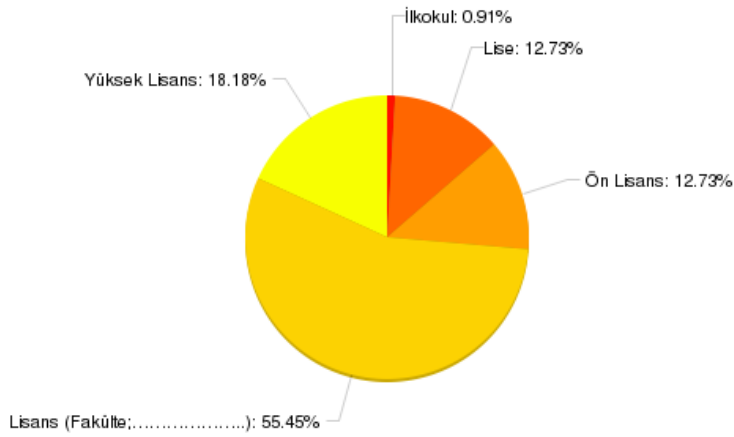
Şekil 9: Üçüncü anket sorusu

Anketin üçüncü sorusu katılımcıların medeni hallerini öğrenmeye yöneliktir. Ankete katılan 112 katılımcıdan %66,36'sı (73) bekar iken, %33,64'ü (37) evli olduğunu belirtmiştir.



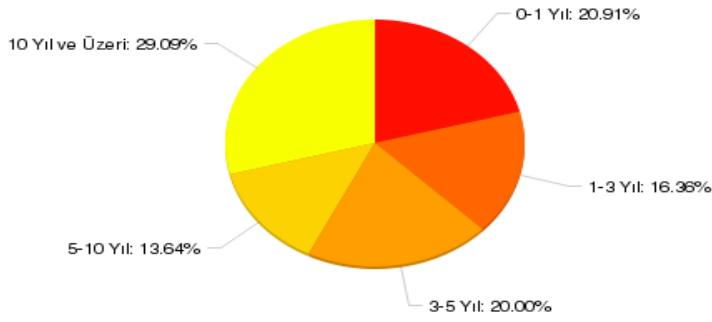
Şekil 10: Dördüncü anket sorusu

Anketin dördüncü sorusu olarak katılımcıların maddi gelirleri sorulmuştur. 2000tl veya altı ücret alanların oranı %14,5, 2000-3000 arasında %5,5, 3000-4000 arası %12,7, 4000-5000 arası %20,9, 5000tl ve üzerinde ise oran %46,4'tür. Verilere bakıldığında asgari ücretin altında çalışan gazetecilerin sayısı yarıdan fazladır. Bu da çoğu gazetecinin maddi sıkıntı yaşama ihtimalini arttırmaktadır.



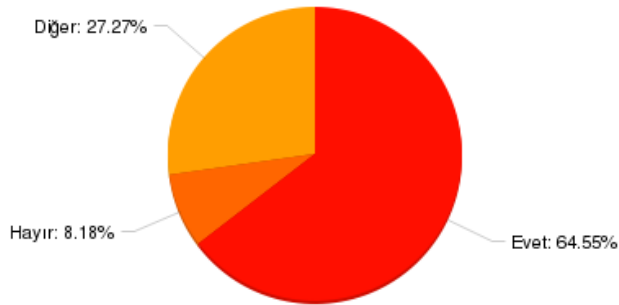
Şekil 11: Beşinci anket sorusu

Anketin beşinci sorusunda araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Katılımcıların %0,9'u ilkokul, %12,7'si lise, %12,7'si ön lisans, %55,5'i lisans ve %1,2'si yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların yarısından fazlasının lisans mezunu olduğu görülmektedir. İlkokul ve lise mezunları ise %13 gibi bir oranda yer almaktadır. Buna bağlı olarak ankette yer alan medya çalışanlarının eğitimli kişiler olduğunu söyleyebiliriz.



Şekil 12: Altıncı anket sorusu

Anketin altıncı sorusunda katılımcıların mesleki deneyimleri sorulmuştur. 0-1 yıl arası %20,9, 1-3 yıl arası %16,4, 3-5 yıl arası %20, 5-10 yıl arası %13,6, 10 yıl ve üzeri deneyime sahip olan katılımcı oranı %29,1'dir. Buna göre çalışanların yarısından fazlasının en az 3 yıl mesleki deneyime sahip olduğu görülmektedir.

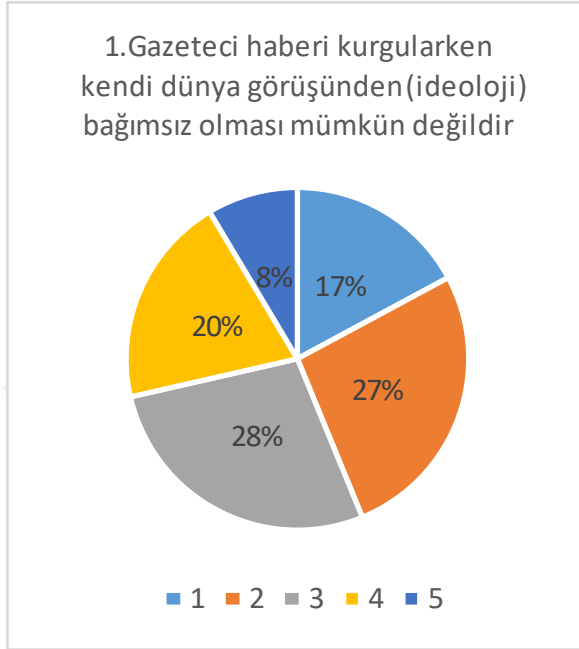


Şekil 13: Yedinci anket sorusu

Yedinci soruda katılımcıların meslekten memnun olma durumu ve meslekten memnun olmama durumunun nedeni sorulmuştur. Memnunum diyenlerin oranı %64,55, değilim diyenlerin oranı ise %8,18'dir. Çoğunluğun meslekten memnun olduğunu söylemek mümkündür. Hayır diyenlerin nedenlerine bakıldığında ise karşımıza şu cevaplar çıktı;

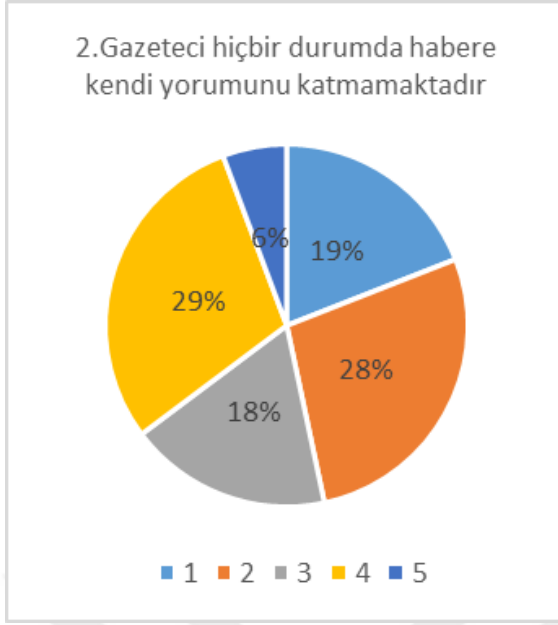
- kazancı yaşam standartlarının altında kalıyor.
- Maaşlar yaptığım işi tatmin etmiyor
- Yaptığımız meslek zor bir meslek ve mental olarak insani tüketen bir meslek olduğu için görmesi gerektiği değeri ne ulusal medyada ne de yerel medyada görmüyor
- Türkiye şartlarında basın özgürlüğü ve alınan ücretler nedeniyle memnun değilim
- Meslekte hakları almak ve ücretin düşüklüğü sebebi ile memnun değilim.
- Ekonomik şartlar, özelleşen çalışma ortamında maruz kalınan mobing, insiyatif alanının tanınmaması, siyasal söylemler aracılığıyla mesleki saygınlığın geçmişteki yerini korumaması
- Meslekte bir kadın olarak yükselmek imkânsız gibi bir şey. Az maaş. Kadın çalışanlara yönelik ekstra ayrımcılık. Temizlik ve ofis işlerini yaptırma. Çay kahve yapımı ve ikramı. Hamilelik dönemlerinde işsiz kalma. Mobbing ve taciz.
- Ülkemiz sınırları icinde gazetecilik sektörünün özgürlüğünün sınırlı olduğunu düşünüyorum
- Vakit yok, 12-15 saat aralığında çalışıyorum. En önemlisi ise kendime ayıracak vakite sahip değilim.
- Çok fazla mobinge uğruyorum. Saygı duyulduğumu düşünmüyorum. Ve asla çalışmam karşılığında ücret aldığımı düşünmüyorum
- özlük hakları ve ücret politikası
- maddi koşullar, sosyal haklar yetersiz
- Hayalim gazeteci olmak değildi
- Stres

Anketin ikinci bölümünde Kesinlikle Katılıyorum, Katılıyorum, Emin Değilim, Katılmıyorum, Kesinlikle Katılmıyorum şeklinde cevaplanacak 20 adet soru bulunmaktadır.



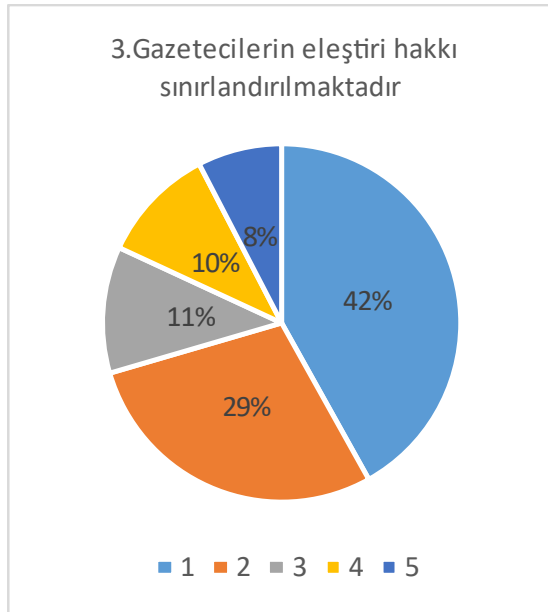
Şekil 14: Gazeteci haberi kurgularken kendi dünya görüşünden(ideoloji) bağımsız olması mümkün değildir sorusu

Haber kurgularken ideolojiden bağımsız olmak mümkün değildir sorusunda kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı %17, katılmıyorum diyenler %27, emin değilim diyenler %28, katılıyorum diyenler %20 ve kesinlikle katılıyorum diyenler %8'dir. Katılımcıların %44'ü haberi kurgularken ideolojilerinden bağımsız olduklarını belirtirken, %28'i ise haberi kurgularken ideolojilerinden bağımsız olmadıklarını söylemişlerdir. Ancak emin olmadığını söyleyenlerin oranı da %28 gibi yüksek bir yüzdeyi göstermektedir. Buna bağlı olarak ankete katılan gazetecilerin %44'ünün ideolojilerinden bağımsız bir şekilde haberlerini yazdıklarını söylemek mümkündür.



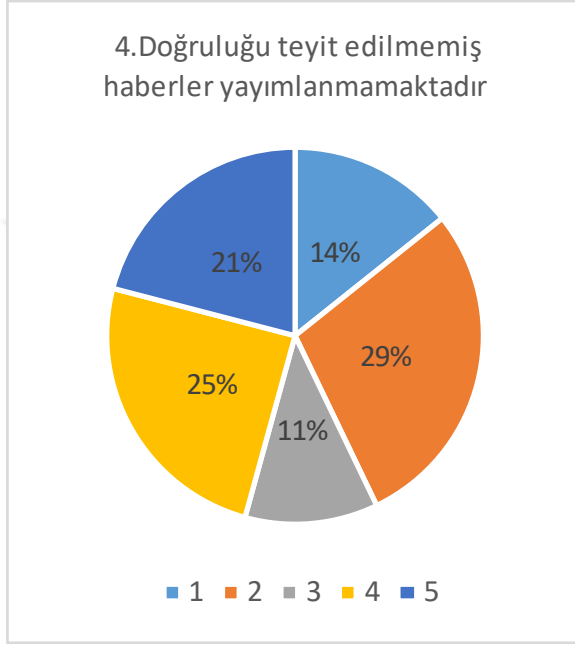
Şekil 15: Gazeteci hiçbir durumda habere kendi yorumunu katmamaktadır

Gazeteciler habere kendi yorumlarını katmamaktadır sorusuna yönelik katılımcıların %19'u kesinlikle katılmıyorum, %28'i katılmıyorum, %18'i emin değilim, %29'u katılıyorum ve %6'ı kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Katılımcıların %47'si haber ve yorum ayrımı yapmadıklarını belirtirken, %35'i haberlerine kendi yorumlarını katmadıklarını belirtmiştir. Ankete katılan 112 kişinin yalnızca %35'i haberleri olduğu gibi aktardıklarını belirtmiştir.



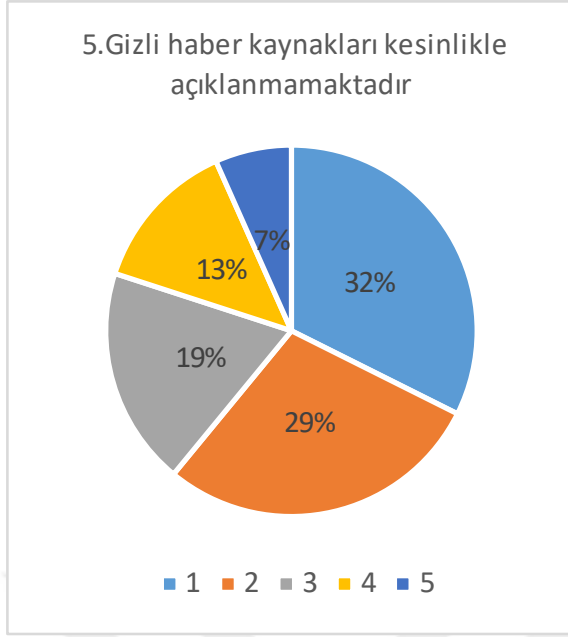
Şekil 16: Gazetecilerin eleştiri hakkı sınırlandırılmaktadır.

Gazetecilerin eleştiri hakkı sınırlandırılmaktadır yargısına katılımcıların %42'si kesinlikle katılmıyorum, %29'u katılmıyorum, %11'i emin değilim, %10'u katılıyorum ve %8'i kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Katılımcıların %71'i eleştiri haklarının sınırlandırılmadığını belirtirken, %18'i eleştiri haklarının sınırlandırıldığını belirtmiştir. Buna bağlı olarak Çanakkale yerel medyasında basın özgürlüğünün eleştiri hakkı konusunda iyi durumda olduğunu söylemek mümkündür.



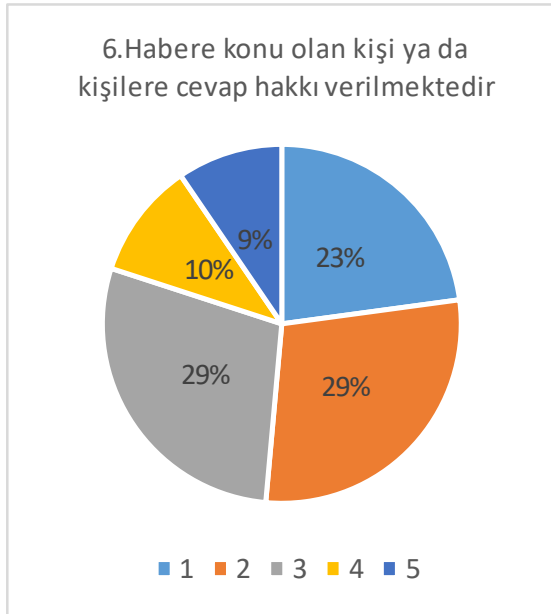
Şekil 17: Doğruluğu teyit edilmemiş haberler yayımlanmamaktadır

Doğruluğu teyit edilmemiş haberler yayımlanmamaktadır yargısına yönelik katılımcıların %14'ü kesinlikle katılmıyorum, %29'u katılmıyorum, %11'i emin değilim, %25'i katılıyorum ve %21'i kesinlikle katılıyorum cevaplarını vermişlerdir. Katılımcıların %43'ü haberlerin doğruluğunu teyit etmeden yayımladıklarını belirtirken, %46'sı haberlerin doğruluğunu teyit ettiklerini belirtmiştir. %11 ise emin değilim kısmını işaretlemiştir. Buna bağlı olarak Çanakkale yerel medyasında kurgulanan haberlerin, haberin en önemli ilkelerinden olan doğruluk ilkesi yönünden zayıf olduğunu söyleyebiliriz.



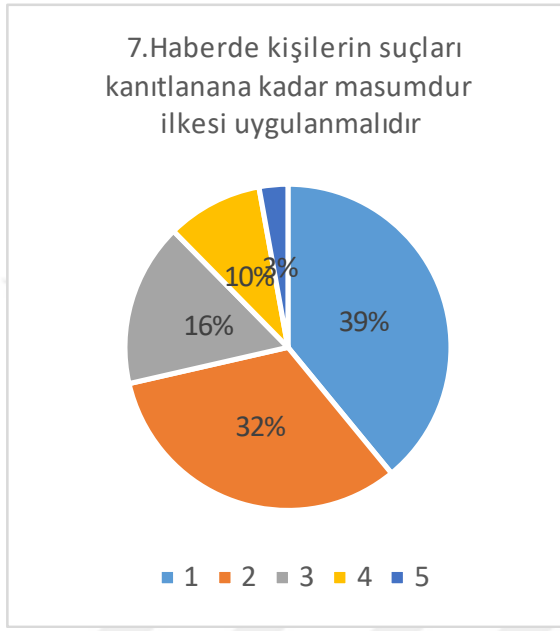
Şekil 18: Gizli haber kaynakları kesinlikle açıklanmamaktadır

Gizli haber kaynakları kesinlikle açıklanmamaktadır yargısına yönelik katılımcıların %32'si kesinlikle katılmıyorum, %29'u katılmıyorum, %19'u emin değilim, %13'ü katılıyorum ve %7'si kesinlikle katılıyorum demiştir. Katılımcıların %61'i gizli haber kaynaklarını haberde açıklama konusunda katılmadıklarını belirtirken, %21 ise gizli haber kaynakları haberde kesinlikle açıklamadıklarını söylemiştir. Gizli haber kaynaklarını karşı tarafın onayı olmadan haberde belirtmek haber etiği noktasında önemli bir sorundur.



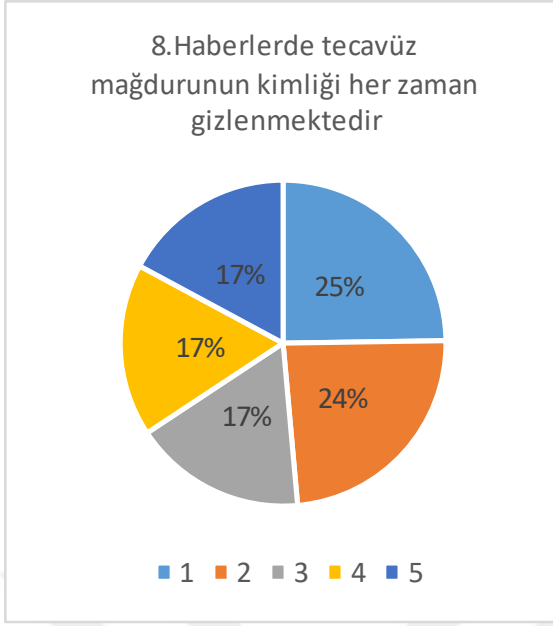
Şekil 19: Habere konu olan kişi ya da kişilere cevap hakkı verilmektedir

Habere konu olan kişilere cevap hakkı verilmektedir yargısına katılımcıların %23'ü kesinlikle katılmıyorum, %29'u katılmıyorum, %29'u emin değilim, %10'u katılıyorum ve %9'u kesinlikle katılıyorum demiştir. Katılımcıların %52'si habere konu olan kişilere cevap hakkı verilmediğini belirtirken yalnızca %19'u cevap hakkı verildiğini söylemiştir. Buna karşılık %29 ile emin değilim diyenlerin sayısı da oldukça fazladır.



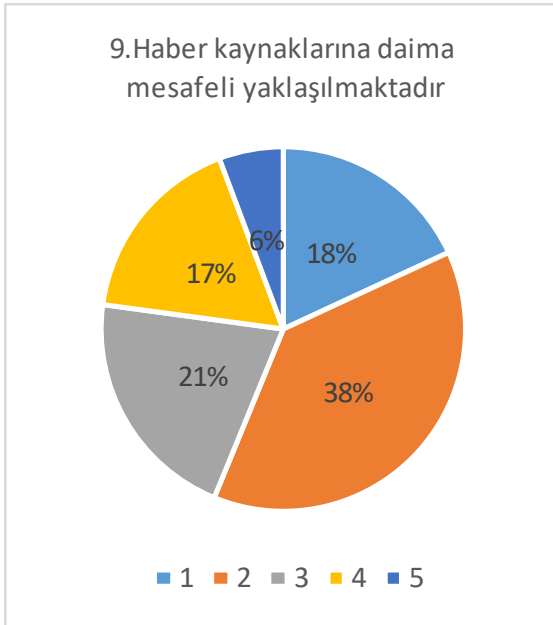
Şekil 20:Haberde kişilerin suçları kanıtlanana kadar masumdur ilkesi uygulanmalıdır

Haberde masumiyet karinesinin uygulanmasına yönelik katılımcıların %39'u kesinlikle katılmadığını, %32'si katılmadığını, %16'sı emin olmadığını, %10'u katıldığını ve %3'ü kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Masumiyet karinesi özellikle cinayet haberlerinde oldukça önemlidir. Katılımcıların %71'i masumiyet karinesinin uygulanmadığını belirtirken, yalnızca %13'ü uyguladığını söylemiştir.



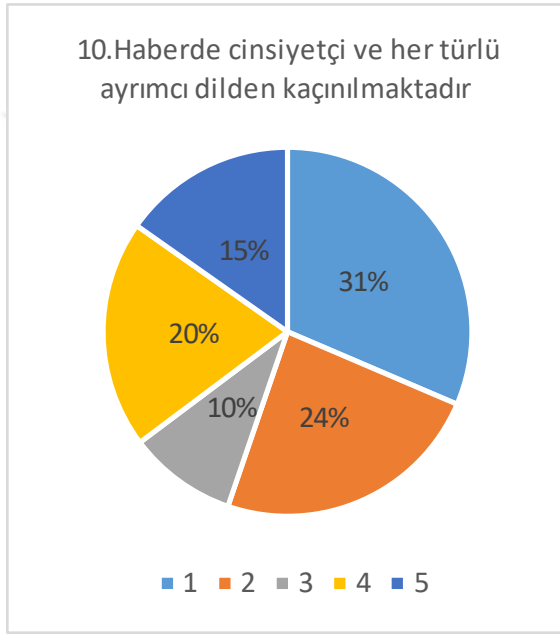
Şekil 21: Haberlerde tecavüz mağdurunun kimliği her zaman gizlenmektedir

Haberlerde tecavüz mağdurunun kimliğinin gizlendiğine yönelik katılımcıların %25'i kesinlikle katılmıyorum, %24'ü katılmıyorum, %17 emin değilim, %17'si katılıyorum ve %17 de kesinlikle katılıyorum cevabını vermiştir. Katılımcıların %49'u yazılan haberlerde tecavüz mağdurunun kimliğinin gizlenmediğini belirtirken %34'ü gizlendiğini ve %17'si ise emin olmadığını söylemiştir.



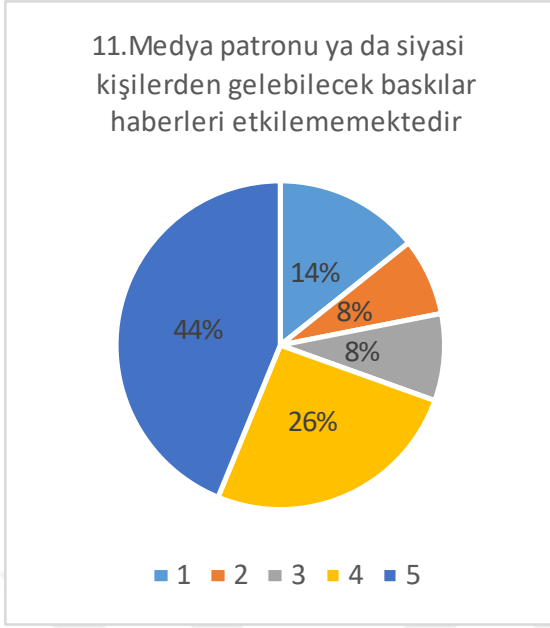
Şekil 22: Haber kaynaklarına daima mesafeli yaklaşılmaktadır

Haber kaynaklarına mesafeli yaklaşılmaktadır yargısına katılımcıların %18'i kesinlikle katılmıyorum, %38'i katılmıyorum, %21'i emin değilim, %17'si katılıyorum ve %6'sı kesinlikle katılıyorum cevabın vermiştir. Haber kaynağına mesafeli olmak özellikle küçük bir çevreyi kapsadığı için yerel medyada daha sık karşılaşılan bir durumdur diyebiliriz. Katılımcıların %56'sı haber kaynaklarına mesafeli yaklaşmadığını söylerken, %23'ü mesafeli yaklaşıldığını belirtmiştir. Buna karşılık %21 de emin olmadığını ifade etmiştir. Haber kaynağına mesafeli yaklaşmamak özellikle haberin içeriği ve gazetede kapladığı alana yönelik etik olarak sorun oluşturmaktadır.



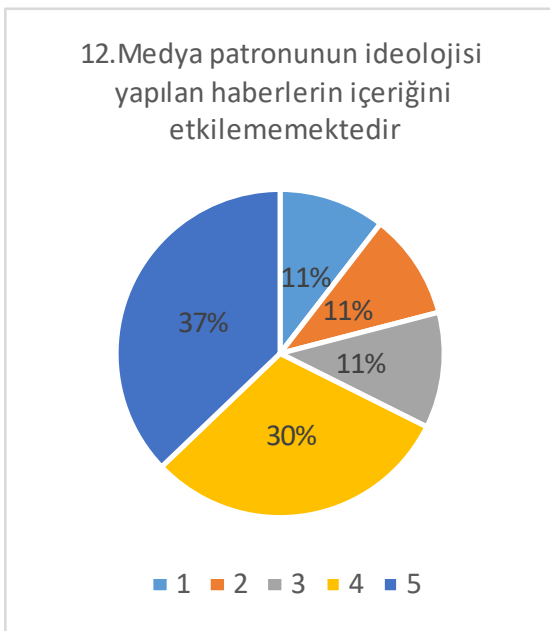
Şekil 23: Haberde cinsiyetçi ve her türlü ayrımcı dilden kaçınılmaktadır

Haberde cinsiyetçi ve ayrımcı dilden kaçınıldığına yönelik katılımcıların %31'i kesinlikle katılmadığını, %24'ü katılmadığını, %10'u emin olmadığını, %20'si katıldığını ve %15'i kesinlikle katıldığını belirtmiştir. 112 katılımcının %55'i haberde cinsiyetçi ve ayrımcı dil kullanıldığını belirtirken, %35'i cinsiyetçi ve ayrımcı dil kullanılmadığını ifade etmiştir. Özellikle katılımcıların çoğunluğunu kadınların oluşturduğu düşünüldüğünde ilginç bir sonuç diyebiliriz.



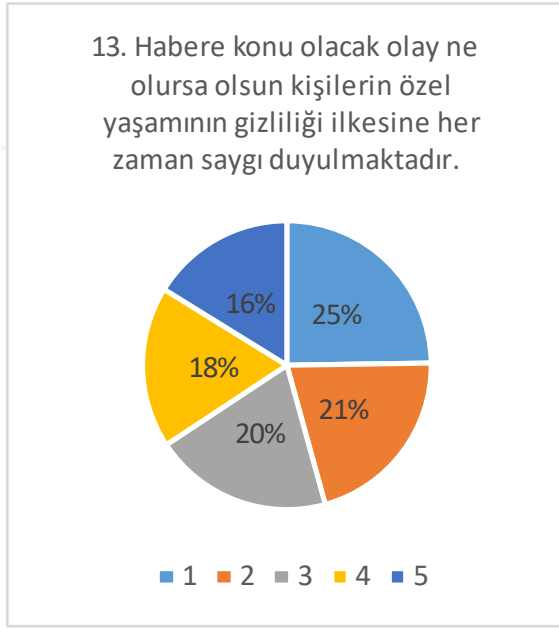
Şekil 24: Medya patronu ya da siyasi kişilerden gelebilecek baskılar haberleri etkilememektedir

Medya patronu ya da siyasi kişilerden gelebilecek baskıların haberi etkilemediğine yönelik katılımcıların %14'ü kesinlikle katılmadığını, %8'i katılmadığını, %8'i emin olmadığını, %26'sı katıldığını ve %44'ü kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %22'si medya patronu ya da siyasi kişilerden gelebilecek baskıların haberi etkilediğini belirtirken, %70 ise haberleri etkilemediğini söylemiştir. Buna bağlı olarak Çanakkale yerel medyasının basın özgürlüğü açısından bir sorun yaşamadığını söylemek mümkündür.



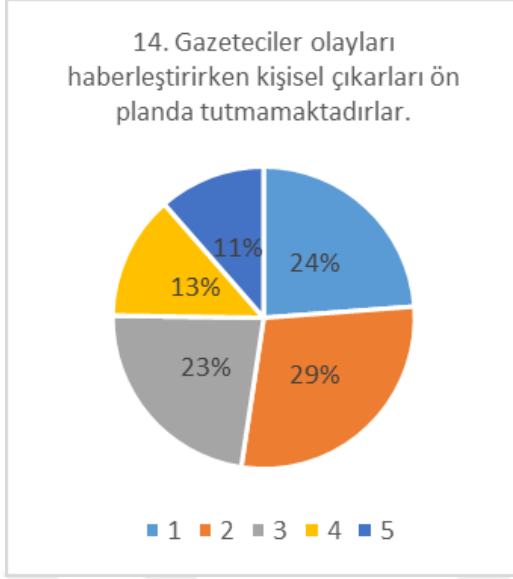
Şekil 25: Medya patronunun ideolojisi yapılan haberlerin içeriğini etkilememektedir

Medya patronunun ideolojisinin yapılan haberin içeriğini etkilememektedir yargısına yönelik katılımcıların %11'i kesinlikle katılmadığını, %11'i katılmadığını, %11 emin olmadığını, %30'u katıldığını ve %37'si kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %22'si medya patronunun ideolojisinin haberin içeriğini etkilediğini söylerken, %67'si haberin içeriğini etkilemediğini belirtmiştir. Dışarıdan gelen baskılara kapalı, özgürlükçü bir medya anlayışının olduğunu söyleyebiliriz.



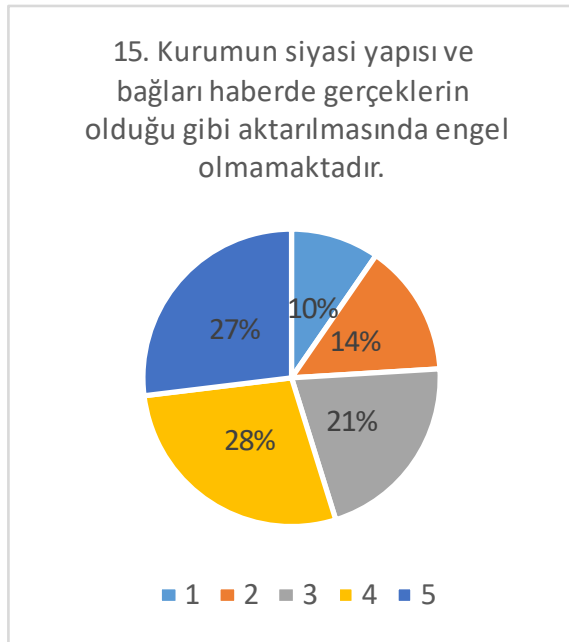
Şekil 26: Habere konu olacak olay ne olursa olsun kişilerin özel yaşamının gizliliği ilkesine her zaman saygı duyulmaktadır

Kişilerin özel yaşamının gizliliği ilkesine saygı duyulmaktadır yargısına yönelik olarak katılımcıların %25'i kesinlikle katılmadığını, %21'i katılmadığını, %20 emin olmadığını, %18 katıldığını ve %16 kesinlikle katıldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %46'sı haberlerde kişilerin özel yaşamına saygı duyulmadığını belirtirken, %34'ü kişilerin özel yaşamının gizliliğine saygı duyulduğunu söylemiştir. Haberde kişilerin özel yaşam alanlarının paylaşılması etik olarak sorun oluşturmaktadır.



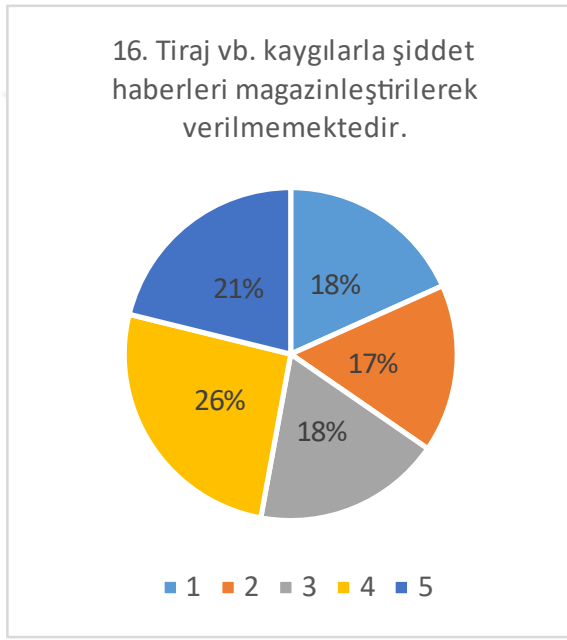
Şekil 27: Gazeteciler olayları haberleştirirken kişisel çıkarları ön planda tutmamaktadırlar

Gazetecilerin olayları haberleştirirken kişisel çıkarları ön planda tutmamaktadır yargısına yönelik olarak katılımcıların %24'ü kesinlikle katılmadığını, %29'u katılmadığını, %23'ü emin olmadığını, %13'ü katıldığını ve %11'i kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Buna bağlı olarak katılımcıların %53'ü kişisel çıkarların ön planda tutulduğunu söylerken, %24'ü kişisel çıkarların ön planda olmadığını ifade etmiştir. Gazetecilerin kişisel çıkarlarını ön plana alması haberin içeriğini etkileyerek etik sorunlar oluşturmaktadır. Çanakkale medyasında kişisel çıkarlara yönelik etik sorunlar olduğunu söylemek mümkündür.



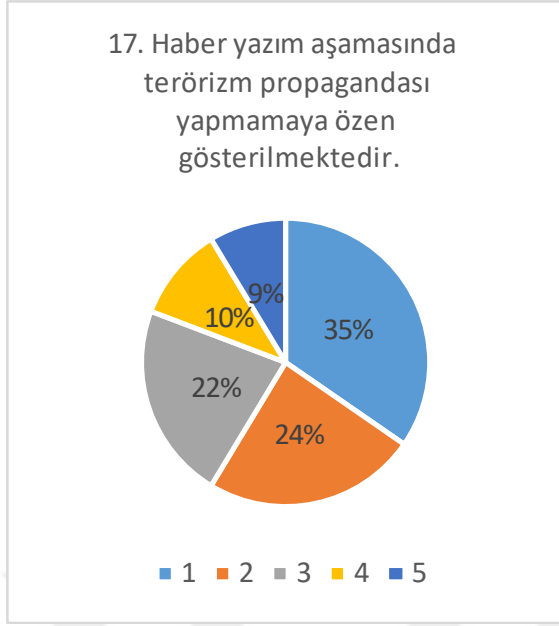
Şekil 28:Kurumun siyasi yapısı ve bağları haberde gerçeklerin olduğu gibi aktarılmasında engel olmamaktadır.

Kurumun siyasi yapısı ve bağları haberde gerçeklerin olduğu gibi aktarılmasına engel olmamaktadır yargısına yönelik katılımcıların %10'u kesinlikle katılmadığını, %14'ü katılmadığını, %21'iemin olmadığını, %28'i katıldığını ve %27'si kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %24'ü kurumun siyasi yapısının haberlerde gerçeklerin aktarılmasında engel olduğunu söylerken %55'i engel olmadığını söylemiştir. Çanakkale basınının özgür bir ortamda, bağımsız bir şekilde haberlerini yaptıklarını söyleyebiliriz.



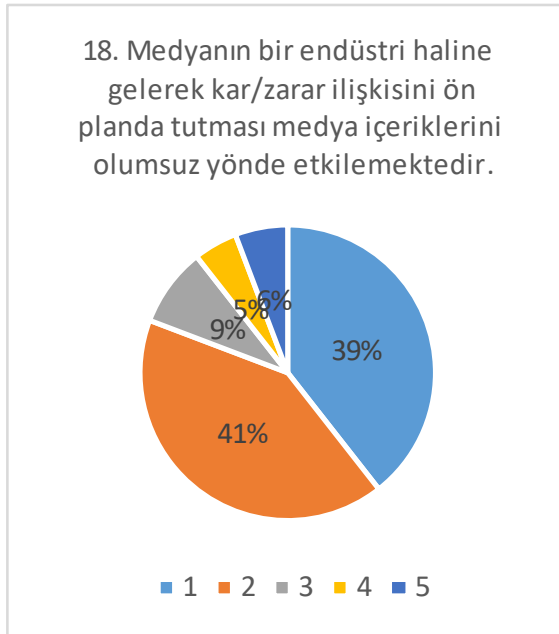
Şekil 29:Tiraj vb. kaygılarla şiddet haberleri magazinleştirilerek verilmemektedir

Tiraj vb. kaygılarla şiddet haberlerinin magazinleştirilerek verilmesine yönelik katılımcıların %18'i kesinlikle katılmadığını, %17'si katılmadığını, %3 emin değilim, %26 katılıyorum ve %21'i kesinlikle katıldığını söylemiştir. Katılımcıların %35'i tiraj vb. kaygılarla şiddet haberlerini magazinleştirdiğini söylerken, %47'si ise şiddet haberlerini tiraj vb. kaygılarla magazinleştirmediklerini belirtmişlerdir. Tiraj vb. kaygılarla haberi magazinleştirmeyenlerin çoğunlukta olduğunu söylemek mümkündür.



Şekil 30: Haber yazım aşamasında terörizm propagandası yapmamaya özen gösterilmektedir.

Haber yazım aşamasında terörizm propagandası yapılmadığına yönelik yargıya katılımcıların %9'u kesinlikle katılmadığını, %10'u katılmadığını, %22'si emin olmadığını, %24'ü katıldığını ve %35'i kesinlikle katıldığını söylemektedir. Ankete katılanların %59'u haberlerde terörizm propagandası yapılmadığını belirtmiştir.



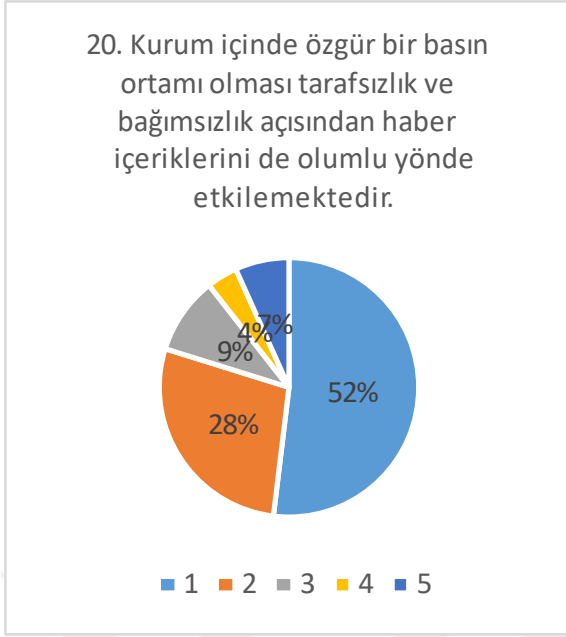
Şekil 31: Medyanın bir endüstri haline gelerek kar/zarar ilişkisini ön planda tutması medya içeriklerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Medyanın kar/zarar ilişkisi içerikleri olumsuz etkilemektedir yargısına yönelik katılımcıların %39'u kesinlikle katılmadığını, %41'i katılmadığını, %9'u emin olmadığını, %5'i katıldığını ve %6'sı da kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Katılımcıların %80'i kar/zarar ilişkisinin içerikleri olumsuz yönde etkilemediğini söylerken, yalnızca %11 olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Çanakkale yerel medya çalışanlarının çoğunluğunun medya endüstrisinin haberlerin içeriğini etkilemediğini ifade ettiğini söylemek mümkündür.



Şekil 32: Reklam geliri kaygısı, bölgedeki şirketlere yönelik yapılacak haberlerin içeriğini etkilemektedir.

Reklam geliri kaygısının, bölgedeki şirketlere yönelik yapılacak haberlerin içeriğini etkilemektedir yargısına yönelik katılımcıların %42'si kesinlikle katılmadığını, %35'i katılmadığını, %11'i emin olmadığını, %8'i katıldığını ve %4'ü kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Buna bağlı olarak Çanakkale yerel medyasında reklam geliri kaygısının, yapılan haberlerin içeriğini etkilemediğini ve bölgedeki şirketlere yönelik olumlu ya da olumsuz haberlerin özgür bir şekilde yapılabilirdiğini söyleyebiliriz.



Şekil 33:Kurum içinde özgür bir basın ortamı olması tarafsızlık ve bağımsızlık açısından haber içeriklerini de olumlu yönde etkilemektedir

Kurum içi özgür bir basın ortamının olması tarafsızlık ve bağımsızlık açısından haber içeriklerini de olumlu yönde etkilemektedir yargısına katılımcıların %4'ü kesinlikle katılmadığını, %7'si katılmadığını, %9'u emin olmadığını, %28'i katıldığını ve %52'si kesinlikle katıldığını belirtmiştir. 112 katılımcının %80'i özgür bir basın ortamının haber içeriklerini de olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında etik ilkelerin uygulanmadığı gözlemlenirken bu ilkelerin uygulanmaması noktasında etken olan durumun yerel gazete çalışanlarının etik ilkelere yönelik bilgisinin olmaması olduğu sonucuna ulaşıldığı özetlenerek yorumlanmaktadır.

5.1. Sonuç

Kitle iletişim araçları gazeteyle başlayan serüveniyle geçmişten günümüze dek etkisini arttırarak ilerlemiştir. Zamanla beraber teknolojik gelişmelere de bağlı olarak sayısı artan kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine çok sayıda araştırma yapılmıştır. Kitleleri etkileme noktasında oldukça önemli bir konuma sahip olan kitle iletişim araçları zamanla daha da geniş kitlelere ulaşmıştır. Buna bağlı olarak da medyanın görev ve sorumlulukları artmıştır. Medyanın bu sorumluluğu yerine getirirken dikkat etmesi gereken bazı etik ilkeler bulunmaktadır.

Etik felsefenin bir alt alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Antik çağlardan günümüze kadar pek çok bilim insanının ilgisini çekmiş ve üzerine her zaman tartışılan alanlardan biri olmuştur. Etik, kişilerin eylemlerini temellendirdiği bir alandır. Medya etiği de etiğin önemli bir alt koludur. Özellikle medyanın yasama, yürütme ve yargıdan sonra 4. Güç olarak konumlandırıldığı düşünüldüğünde medya etiği etiğin alt alanlarından en önemlisi olmaktadır. Medya etiğine yönelik bir sorun yaşandığında bu sorundan, etik ilkeleri ihlal edenlerin yanında medya içeriğine ulaşan herkes etkilenmektedir. Bu nedenle medya etiğinin ayrı bir önemi vardır.

Medyanın uyması gereken; doğruluk, tarafsızlık, özel hayatın gizliliği vb. etik ilkeler bulunmaktadır. Ulusal basın, yerel basın ve özellikle de günümüzde sayıları artan internet haberciliğinde sıklıkla bu etik ilkelere aykırı haberlerle karşılaşmaktayız. Gazetecinin, dolayısıyla da medya kuruluşunun bu etik ilkeler doğrultusunda haberlerini kurgulaması özellikle toplumun medyaya olan güvenini arttırmakta, tam tersi bir durumda ise toplumun medyaya olan güveni zedelenebilmektedir. Medyada yer alan yanlış bir haberde gazeteci sorun yaşayacağı gibi medya kuruluşu da bu durumdan olumsuz bir şekilde pay alacaktır. Bu nedenle gazetecilere büyük sorumluluk düşmektedir.

Medyanın en önemli görevi doğru ve tarafsız bir şekilde haberleri topluma aktarmasıdır. Bu konuda gazeteci ve medya kuruluşundan kaynaklanacak sorunlar olabileceği gibi bazı dış etkenler de haberde etik ilkelerin ihlal edilmesine neden olabilmektedir. Bunların en başında iktidar, siyasi erkler ve özellikle yerel basında bölgedeki güçlü şirketler gelmektedir. Medyanın gücünün farkında olan siyasiler bu durumu kendilerine yönelik olumlu şekilde kullanabileceği gibi, bazı zamanlarda da çeşitli baskılar uygulayarak basını susturmak isteyebilmektedirler. Buna bağlı olarak etik ilkelerin içeriden uygulanmasının yanında dış faktörlerden gelecek baskıların da gazetecileri ve medya kuruluşunu etkilememesi gerekmektedir. Basın özgürlüğünün olmadığı yerde etik ilkelerden söz etmek de mümkün değildir.

Bu çalışmada yerel medyanın etik sorunları üzerine odaklanılmıştır. Ulusal medyaya göre daha kısıtlı bir bölgede yayım yapan yerel medyanın ulaştığı kitlede daha dardır. Genellikle bölgeye yönelik haberlerin yapıldığı yerel medya, bölgeye yönelik sorunları gündeme getirebilecek tek araç konumundadır. Ulusal medyada olduğu gibi yerel medya da halkın sözcüsü ve kamunun denetçisi olarak yer alırken, dar bir alana hitap ediyor olması etik ilkelerin ihlali noktasında medya kuruluşunu daha açık hale getirmektedir. Medya patronu ya da gazetecilerin bölge halkıyla yakın temas halinde olması etik ilkelerin uygulanabilirliği noktasında sorun oluşturan etkenlerden biridir. Aynı zamanda yerel medya çalışanlarının profesyonellik açısından da ulusal medyaya göre daha sorunlu olduğu da bir gerçektir. Medyada etik ilkelere dikkat edilmesi noktasında öncelik haberi yazan gazetecide, ardından da medya kuruluşunun sahibindedir. Bu nedenle yerel medyada etik ilkelere yönelik bilgili, gazetecilik bölümü mezunu ya da bu alanda profesyonel kişilerin yer almıyor oluşu etik ihlallere zemin hazırlamaktadır.

Anket çalışmasından elde edilen verilere baktığımızda Çanakkale yerel medyası çalışanları maaşların yetersizliği, ücret düşüklüğünden dolayı meslekten memnun değiller. Etik ilkelere baktığımızda ise birçoğunun uygulanmadığını görmekteyiz. Masumiyet karinesi, haber – yorum ayrımı, haber kaynağına mesafeli yaklaşma, habere konu olan kişi ya da kişilere cevap hakkı vermemek gibi etik ilkelere dikkat edilmemektedir. Bunlara karşılık ankete katılan Çanakkale yerel medya çalışanları eleştiri haklarının sınırlandırılmadığını, siyasi kişiler ya da medya patronu tarafından gelen baskıların, medya sahiplerinin ideolojilerinin, reklam ve gelir kaygısının, çalıştıkları kurumun siyasi yapısının, medya kuruluşunun kar/zar ilişkisinin haberlerin içeriğini etkilemediğini

görüyoruz. Buna bağlı olarak da Çanakkale yerel medyasında etik ilkelerin uygulanması noktasında sorun olduğunu ancak medya çalışanlarının haberlerini özgür, bağımsız bir ortamda yazdıklarını söyleyebiliriz.

5.2. Öneriler

Etik sorunlar ulusal, yerel ve internet gazeteciliğinde daima karşılaşılabileceğimiz bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunlar toplumun medyaya olan güvenini zedelemekle beraber gazeteciye ve bağlı olduğu kurumu da olumsuz yönde etkilemektedir. Gazeteciler toplumun aynası olmalıdır. Yeri geldiğinde sorunları araştırarak gün yüzüne çıkartıp halkın sesi olmalı, kamuoyu oluşturmalıdır. Böylece sorunları gündeme taşıyarak çözüm üretilmesi noktasında da aracı olmalıdır.

Etik sorunlar haberin olduğu her yerde olabilmektedir ancak bu çalışmada da yerel medyanın ele alınmasının en önemli nedenlerinden biri yerel medya çalışanlarının ulusal medya çalışanlarına göre profesyonellik açısından farklı bir yerde olmasıdır. Ulusal medyada çalışanların büyük bir çoğunluğu profesyonellerden oluşurken, yerel medyada profesyonelliğe dikkat edilmemektedir. Bu nedenle etik sorunların oluşmasında en önemli etkenlerden biri gazetecilerin ve medya sahiplerinin profesyonellerden oluşmamasıdır. Gazetecilik önemli ve ciddi bir meslektir. Gazetecilik eğitimi almamış insanlar haberi rahatlıkla yazabilir ancak etik ilkelere yönelik bilgileri olmadığı için ortaya bu çalışmada da olduğu gibi çeşitli etik sorunlar çıkmaktadır. Bu nedenle etik sorunların yaşanmasına engel olabilmek adına yerel, ulusal farketmeksizin gazetecilerin eğitimi, bilgili kişiler içerisinde seçilmesi gerekmektedir.

Etığe yönelik ilk sorumluluk gazeteciye aittir ancak ikinci olarak da gazetede üst düzey yer alan kişilerdir. Özellikle 20. Yüzyılda medyanın bir endüstri haline gelerek kar/zarar ilişkisini ön planda tutması, medya sahiplerinin medya profesyonelleri değil de inşaat, sanayi vb. farklı alanlarda yer alan kişiler olması da önemli bir etkidir. Gazetecilerin meslek dışından insanlar seçilmesinde olduğu gibi medya patronlarının da farklı alanlardan olması, medyanın bir holding ya da şirket gibi yönetilmesi de etik sorunlara zemin hazırlamaktadır. Habercilik konusunda profesyonel olan kişilerin bu sektörde medya patronu olarak yer alması etik sorunların önlenmesi ya da en azından azaltılmasında önemlidir.

Ayrıca gazetelerin denetiminin yapılması da sorunların önüne geçmek için önemli bir adım olacaktır. Sorumluluk ilk olarak gazetecide, gazetecinin bireysel olarak özdenetimini yapması gerekmektedir. İkinci olarak ise kurumsal bir denetim gerekmektedir. Bu konuda ombudsmanlık ön plana çıkmaktadır. Ombudsmanlığın daha etkin bir şekilde kullanılması büyük öneme sahiptir. Ombudsmanın haberleri incelemesi ve incelemenin sonunda aldığı kararların toplumla paylaşılması hem etik sorunların önüne geçmek için hem de toplumun medyaya yönelik güvenini arttırmanın bir yolu olarak gözükmektedir. Bir diğer denetim mekanizması da okur temsilciliğidir. Okur temsilciliğine verilen önemin artması ve daha etkin bir şekilde kullanılması da yine etik sorunların tespiti ve çözümü açısından alınacak önlemler arasındadır.



KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2010). Gazetecilik etiğini belirleyen yapısal unsurlar: Mülkiyet ve kontrol sorunu. Televizyon haberciliğinde etik, 61-96.
- Aksakal, i. “Durkheim’in Ahlak Eğitimi ve İdeal Vatandaş Modeli”*Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (42), 511-529.
- Altıntop, M., & Bak, G. (2020) *Türkiye’de Basın Özdenetimi*. İksad Yayınevi. Ankara. 43
- Altun, A. (2005). Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü. İletişim Araştırmaları
- Arslan, E. (2019). “*Kitle İletişim Kuramları Çerçevesinde Medya ve Haber*”. Yayıncı: Literatürk Academia, 57-58.
- Arslan, E., & Arslan, B. (2016). “Türkiye’de Yerel Gazete Yöneticilerinin Meslek Etiği Algısı.” *Selçuk İletişim*, 9(2), 174-204.
- Arvas, İ. (2014). *Türk Basınında Etik ve Özdenetim*. Beta Basım Yayım Dağıtım. İstanbul
- Atabek, N. (2006). “*Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur Temsilcinin Rolü*”. *Selçuk İletişim*, 4(2), 5-17.
- Atatunç, C. (2006). Ahlak Ve Etik Değerlerin Çağdaş Basına Yansımaları. (Yüksek lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi).
- Avşar, Z. (2014). “*Medyada Klasik Etik Kodlar Bir İllüzyon Mu?*” *Selçuk İletişim* , 2 (3) , 35-49 .
- Aydın, M. (2013). “John Stuart Mill’in Faydacı Ahlâkı.”*Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*” (SAUIFD), 15(28), 143-167.
- Banar, F. S. (2013). *Ulusal Ve Uluslararası Boyutta Yazılı Basında Kişilik Haklarına Saldırlardan Korunma*. *Kurgu*, 20(1), 28-46.
- Baudrillard, J. (2015). *Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği*. Oğuz Adanır (Çev.). Doğu Batı Yayınları: Ankara

- Baykal, K.C. “Fox Tv’de 24 Haziran 2018 Tarihinde Yayınlanan Seçim Programının “Off The Record” İlkesinin İhlâli Bağlamında İncelenmesi”*Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 84, Aralık 2018, s. 155-168
- Baykal, K. C. “İnternet Gazetelerinde Cevap Ve Düzeltme Hakkının Kullanımında Yaşanan Sorunlar.”*Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 324-337.
- Becer, F. (2017). “Durkheim Sosyolojisinde Ahlak Ve Yansımaları”. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(12), 813-826.
- Beren, F. (2005). Terör Eylemlerinin Yazılı Basında Sunumu,*Uluslararası Demokrasi ve Küresel Güvenlik Konferans*. İstanbul 2.
- Bezci, B. (2005). “Kant Ve Hegel’in Felsefesinde Etik Anlayışı”. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(9), 48-61.
- Bilge, M. (2012). “Gelenekselden moderne etik ve siyaset.”*Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(15), 97-108.
- Birol, E. (2019). “Görsel-İşitsel Teknikler Ve Medya Yapımcılığı Bölümü Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı” *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 12-26.
- Blogspot (2022 5 Ağustos). Erişim Adresi: <http://ibrahimsenaarvas.blogspot.com/p/sosyal-sorumluluk-ve-medya.html>
- Bodur, H. (2017). “Etiğin Alet Çantasına Bakmak: Ahlâk, Etik Ve İlintili Temel Kavramlar Üzerine Notlar”. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, (7), 155-190.
- Boone, B. (2019). *Etik 101*. Selin Aktuyun (Çev.) Say Yayınları: İstanbul
- Cakır, H. (2017). “Gazete haberlerinde okur temsilcisinin rolü üzerine karşılaştırmalı bir inceleme”. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 63-75.
- Ceylan, Y. (2012). “Toplumsal değerler ve medya etiği”. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (7), 45-58.

- Çağlak, E. (2006). “Basın Etiği Kapsamında Gizli Kamera Kullanımı ve Haberciliğin Arena Programı Örneği ile İrdelenmesi”(Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey).
- Çaplı, B., & Taş, O. (2010). *Kriz haberciliği. Televizyon haberciliğinde etik*, Fersa Yayınevi, Ankara 237-251.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*. Yayınevi: İmge kitap evi: Ankara, 110.
- ÇEBİ, M. S. (2014).”*Medyaya Yeni Düzen Devlet-Medya İlişkilerinde Yeni Kuramsal Eğilimler.*” Selçuk İletişim, 1(1), 41-57.
- Çoban, S & Mısırlıoğlu, B. (2020). *İletişim Çalışmaları 1*, İksad Publishing House, 159
- Dedeoğlu, G. (2014). *Demokrasi Basın ve Haber Etiği*. Sentez Yayıncılık, Bursa. 56
- Dilek, E.“Teleolojik Ve Deontolojik Kuram Bağlamında İşletmelerin Etik Çalışmalarının Analizi.”*Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1), 296-320.
- Diş, S. B. (2017). “Bentham Ve Mill’in Klasik Faydacılığı Bağlamında Mutluluk Problemi”. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, (7), 80-100.
- Durkheim, E. (2020). *Ahlak Eğitimi*. Hüseyin Portakal (Çev.). Cem Yayınevi: İzmir
- Düzgün, Ö. (2013). *Türkiye’de Medya Etiğine Bakış: Bir Alan Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi
- Erdoğan, İ. (2006). “*Medya ve etik: eleştirel bir giriş*”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 23, 1-26.
- Evers, H. (2010). *Medya etiği. Televizyon Haberciliğinde Etik*, Ankara: Fersa Yayıncılık, 45-59.
- Fatma, A. & Güdekli, İ. A. (2018). “Toplumsal cinsiyet ve medya ilişkisi: Yazılı basında kadına şiddet ve kadın cinayetleri haberleri üzerine bir analiz”. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 4(2), 475-506.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik’i*. İnkılap Kitabevi: İstanbul
- Goode, W. (1996). *Topluluk İçinde Topluluk: Meslekler. Meslekler ve Sosyoloji*, Gündoğan Yayınları, İstanbul 67-80.

- Gönenç, Ö. (1993). “İletişimin Tarihi.”*İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* | Istanbul University Faculty of Communication Journal, (18).
- Gülsünler, M. (2010). “İletişim Etiği ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı”. *Selçuk İletişim*, 6(2), 158-173.
- Güngör, N. (2018). *İletişim: Kuramlar ve yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi: Ankara
- Işık, M. (2014). *İletişim ve etik. Eğitim Yayınevi*. Konya, 144.
- İlkiz, F. (2010). 3984 sayılı kanununda cevap ve düzeltme hakkı. Televizyon Haberciliğinde Etik. Fersa Yayınevi, Ankara 201.
- İrvan, S. (2003). *Medya ve etik. Medya, etik ve hukuk*, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul 33-61.
- İrvan, S. (2006). *Kıbrıslı Türk Gazetecilerin Mesleki ve Etik Değerleri*. Küresel İletişim Dergisi, sayı 1
- Kesgin, A. (2009). “Etik üstüne”. *Dini Araştırmalar*, 12(35), 143-160.
- Kılıç, Y. (2015). “Kant’ın Etik Görüşünde ‘Değerli Eylem’in Olanacağı.”*Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 93-100.
- Koçberber, S. (2008). “*Dünyada ve Türkiye’de denetim etiği*”. *Sayıştay Dergisi*, (68), 65-89.
- Koçyiğit, M. (2017). Öğretmenlik mesleğine ilişkin etik kodlar. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Kösedag, M. S. (2018). “Yazılı Basında Öz Denetim Sorunu Ve Basın İlan Kurumu'nun Denetim İşlevinin Basın Özgürlüğü Açısından Değerlendirilmesi.” *Electronic Turkish Studies*, 13(10).
- Levent, Y. (2016). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Lokman, Z. (2014)“Medya Etiği Kapsamında Özel Hayatın İhlali Konusu.” *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (40).
- Macit, M. H. (2009). Teleolojik etik anlayışın deontolojik eleştirisi [yararcı etik ve ödev etiği].*Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Felsefe Dergisi*, 84

- Mill, J.S. (2017). Faydacılık. Selin Aktuyun (Çev.) Alfa Yayınları: İstanbul
- Mora, N. (2008). “Medya, toplum ve haber kaynağı olarak sembolik seçkinler.” *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-25.
- Möngü, B. (2015). “Modern dünyada mutluluk: John Stuart Mill’in faydacı etiği.” *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), 23-30.
- Ogün, Ü. R. E. K. (2007). “Kant'ta Etik Değerler Olarak Özgürlük ve Saygı”. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 189-197.
- Örs, F. (2010). “Küresel Medya Ortamında Yaşanan Etik Sorunlar Ve Uluslararası Düzenlemeler”. *Journal of Yasar University*, 5(20).
- Özlem, D. (2010). Etik-ahlak felsefesi. Notos Kitap Yayıncılık Eğitim Danışmanlık ve Sanal Hizmetler Tic. Ltd. Şti.
- Öztürk, N. S. (2015). Basın kuramları çerçevesinde medya-siyaset ilişkisinin etik açıdan incelenmesi: Türkiye örneği/Analysis of media-politic relation from ethical perspective in framework of press theories-Case of Turkey.
- Özyurt, C. (2007). “Durkheim sosyolojisinde ahlâkî kontrol sorunu.” *Değerler Eğitimi Dergisi*, 5(13), 95-121.
- Pieper, A. (2012). *Etiğe Giriş*. Veysel Atayman ve Gönül Sezer (Çev.) Ayrıntı Yayınları: İstanbul
- Polat, A. E. (2018). Aristoteles' in Poetika'sının sanat ve etik ilişkisi açısından incelenmesi (Master's thesis, Bursa Uludağ Üniversitesi).
- Reuters institute (2022 5 Ağustos), Erişim Adresi: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Sayan, I. Ö. (2010). “Etik ve Kamu Etiği: Eleştirel Bir Bakış.” *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 12(2), 147-174.
- Şavran, G. (2017). *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.

- Taş, O. (2010). *Medya etiğinin tarihsel temelleri ve gelişimi*. Televizyon Haberciliğinde Etik,(Editörler), Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Ankara: Fersa Yayınevi.
- Tekerek, N., & Tekerek, İ. (2008). “Aristoteles’te Poetik Ve Etik Bütünlük Örneklerle Eylem, Karakter Ve Erdem”. *Tiyatro Araştırmaları Dergisi*, 26(26), 57-84.
- Tılıç, Doğan. (2001). *Medyayı Anlamak*. Su Yayınları. İstanbul. 177.
- Tokgöz, O. (2010). *Temel gazetecilik*. İmge Kitabevi. 7. Baskı. 206.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2022, 5 Ağustos). Erişim Adresi: <https://sozluk.gov.tr/>
- Yeşilyurt, S. (2019). Meslekleşme Ekseninde Halkla İlişkilerde Etik: Uygulayıcıların Meslekleşme Ve Etik Algılarını Etkileyen Unsurların Karşılaştırmalı İncelemesi. (doktora tezi, bahçeşehir üniversitesi).
- Yıldırım, T. (2016). Türk Gazetecilik Tarihi Üzerine Bir Deneme-I. *Yeni Türk Edebiyatı Araştırmaları*, (1), 285-324.
- Yılmaz, N. (2009). Yerel Basımın Etik Sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*| Istanbul University Faculty of Communication Journal, 1(36), 131-143.
- Yüksel, M. (2015). “Etik Kodlar, Ahlak ve Hukuk”-Hakemli Makale. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), 9-26.