

SPOR BASINI AHLAKI

Mehmet GÖRAL*

ÖZET

Gelişen teknoloji ve bilim, buna paralel değişen dünya düzeni ile birlikte yeni meslekler, yeni oluşumlar, yeni alanlar, yeni arayışlar içerisinde insanı itmiştir. Bunlar oluşurken diğer taraftan bunların denetimi ve sağlıklı, düzenli meydana gelmesi, yararlı ve olumlu bir şekilde gelişmesi için de ahlak ve bünyesinde barındırdığı kavramlara ihtiyaç duyulmuştur. Bu çalışmanın temelini oluşturan spor basını da bu sözünü ettiğimiz olay ve olgularda etkilenecek olumlu ya da olumsuz bir gelişme göstermiş ve bunu yaparken bir özdenetim mekanizması olan ahlak ve onun bünyesinde bulunan ahlak ilmine (etik) ihtiyaç duymuştur. Bu çalışmada kullanılan materyal yazılı kaynak ve belgelerdir.

ABSTRACT

The developing technology and science and changing world order parallel with new jobs, new occurrences and new branches push people in new researches. While these are occurring on the other hand, for their regular, healthy and inspection occurrences so that ethics and its terms has been needed for their development positively and usefully in their manner. The sports press being the base of this study has also been effected by these events and phenomenons. That caused a negative or positive development in sports press. And while doing this a self-inspection mechanism called ethics and its science has been needed. The materials used in this research are written sources and documents.

1. GİRİŞ

İnsanın varlığından bu yana onunla birlikte varolan, uğraşanları açısından yarışma kazanmaya dönük, fiziksel, zihinsel ve teknik bir çaba, izleyenleri açısından heyecan ve estetik duygusu kazandıran bir süreç, genel bütünlüğü içerisinde ise anatomi, fizyoloji, ortopedi, biyo – kimya, psikoloji gibi dalların yardımı ile gelişen, sürdürülen bilimsel bir olgu olan spor, sosyal, psikolojik, ekonomik, coğrafi, tarihi ve ahlaki açıdan bilimi dikkate alarak topluma bilgi verme ve yönlendirme ile yükümlü sosyal bir oluşum olan basın ile zorunlu bir münasebet içerisinde dir. Spor bir bilim, basın ise bilimi dikkate alan bir oluşumdur.

Spor, toplumları yakından ilgilendiren, onları bir araya getirme misyonunu üstlenen bir olgu iken, bu olgudan uzak ve haberdar olamayan insanlar, spor – basın ilişkisinin başlaması ile sporu tanımaya başladılar. Eski Roma’da ki gladyatörlerin dövüşü bir spor olarak değerlendirilirken, halka bu haberleri veren ve tarihte ilk basın yazıtlarından biri olarak kabul edilen bu haber bülteni, spor ile basının ilk buluşması olarak kabul edildi. O günden bu güne spor – basın ilişkisi devam etti.

* Yrd.Doç.Dr. Dumlupınar Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu.

O zamandan bu zamana çok şey değişti. O zaman insanlara bu faaliyetleri haber vermeden öteye geçmeyen basın, bu gün kar amaçlı ve çıkar amaçlı kullanılmaya açık hale geldi. Bu da iş ahlakını, ahlak ilmini, günümüzdeki adlandırılış şekli ile etik'i oluşturdu. Bu da zaruri hale geldi. Bu da basında ve dolayısıyla spor basınında ahlaki kuralları ve kavramları ve özdenetim kavramını ortaya çıkardı.

Bu gün dernekler ve devlet yasaları ile ahlaki ve yasal çerçevesi belirlenmeye çalışılan spor basının da bir özdenetim mekanizmasının oluşumundan ya da varlığından bahsetmek mümkün değildir. Oysa ki ahlak kavramı, kendiliğinden varolan, yazılı kuralları olmayan bir özdenetim mekanizmasının oluşumuna sağlar gibi görülse, problem kendiliğinden ortadan kalkacaktır.

Her gün gözlenebilen spor basınının Türkiye'de ve Dünyada ki örnekleri, spor basın ahlakı konusunun gerekliliğini ortaya koyar. Önceleri insan için denetleme mekanizması olan ahlak, meslekler için de bir denetim mekanizmasını kendi bünyesinden çıkarmış ve ahlak böylece ne kadar geniş kapsamlı ve evrensel olduğunu göstermiştir.

Bu çalışmanın temelini spor basınındaki ahlaki sorunlar, bunun sebepleri, çözüm yolları ve basındaki özdenetim oluşturmuştur.

2. BASIN KAVRAMI VE TANIMI

Gazete ve dergilerin içinde yer aldığı basılı kitle iletişim araçlarının adına basın denir. Basın yazı ve fotoğraf kullanarak halka güncel olaylara ilişkin haber ve bilgi verme ve toplumu değişik konular hakkında bilinçlendirme ve etki yaratma aracı olarak ta tanımlanabilir. (TEMEL BRİTANNİCA. 1993.cilt no: 7.s/86)

Bir başka tanıma göre basın, sosyal, psikolojik, ekonomik, coğrafik, tarihi ve ahlaki açıdan bilimi dikkate alarak topluma bilgi verme ve yönlendirme ile yükümlü sosyal bir oluşumdur. (BİLGİ. 1998.)

Basının sözlük anlamı ise, gazete, dergi gibi belirli zamanlarda çıkan yayınların bütünü, matbuat olarak ifade edilmektedir. (TÜRK DİL KURUMU. 1988.s/145)

2.1. SPOR BASINI KAVRAMI VE TANIMI

Kitle iletişim araçları içerisinde televizyondan sonra önemli bir yere sahip olan yazılı basının en önemli işlevinin çoğu uygulamalarda görüldüğü gibi kamuoyu yaratmak değil kamuoyunun serbest oluşumunu sağlamak olduğu kabul edilmektedir.

Her şeyden önce yazılı spor basını sporda televizyonun bir gerçek olduğunu kabullenmeli, onun hazırlayıcı ve tamamlayıcısı rollerini üstlenmelidir. Bu yolda gazetecinin sporda kendini yenilemesi, okuyucusuna kendini daha çok sevdirmesini sağlayabilir.

Spor Basını; sporu bir spor anlayışı içinde gören, spor bilincinin gelişmesini amaçlayan, toplumdaki spor anlayışını yükseltmeye çalışan, spor temelinde arınma ve aydınlanma bulunan bir humanizma olarak anlayan ve anlatan, sporu bir yaşam biçimi olarak topluma ileten, spor dilini doğru

kullanan, herkes için spor olgusunu kullanan, spor yapan bir toplumun yaratılmasına çalışan, sportif çevreyi savunan, sporu sert bir olay olarak değil güzellik ve erdem olarak, fair play olarak anlayan ve anlatan, spor yapma hakkını kullanan yani spor yapan, her toplumun bir adım önünde gitmesini becerebilen, araştırmacı ve yaratıcı bir olgudur.

Çağımızın her geçen gün büyük bir hızla gelişen teknolojisi hiç kuşkusuz spor gazeteciliğinde de yeni ufuklar açtı. Özellikle Dünya Kupası, Avrupa Futbol Şampiyonası, Olimpiyat Oyunları, her dalda uluslararası düzeyde gerçekleştirilen büyük spor olayları basının gelişmeleri bütün ayrıntıları ile görebildiği platformlar oldu.

1988 Avrupa Futbol Şampiyonasının ve Los Angeles Olimpiyat Oyunlarını izleyen spor basını haber, fotoğraf göndermede bu yeniliklerden yararlandı. Bilgisayarlara kaydedilen mesajlar olayları geniş kadrolarla değişik bölgelerde izleyenlerin diyalog sıkıntısını ortadan kaldırdı. Aynı ayrıntılara programlanan haberler arşivlik bilgiler, diğer dokümanlar bilgi tazelemek için kalın dosyalara sık sık karıştırma gibi zaman alıcı eski bir yöntemden kurtulmasını sağladı. Foto muhabirleri filmlerini banyo etmede siyah beyaz ve renkli faks çekmede yine en modern araç ve gereçlerden yararlandılar. (ÜNLÜTEPE. 1991.s/53)

Uluslararası şampiyonalara katılan sporcu ve takım sayısının giderek artması organizasyonların üstlenenleri büyük finans zorlukları ile karşı karşıya bıraktı. Bu güçlükleri asgariye indirebilmek içinde ev sahipliği yapanlar Dünya Spor Yazarları Birliği ile (AİPS) ortak karar alıp spor gazeteciliğinde akreditasyon şartı getirildi. Gerçi bu eski yıllara dayanan bir uygulamaydı. Ama 1970'li yıllardan sonra giderek katılaştı ve olayların gerçek spor gazetecilerine açık tutulmasını sağladı. Turnuvalar başlamadan yatırılan kayıt ücretleri AİPS kartlarının formüllerle de mutlaka belirtilmesi hatta bazı defalar otel rezervasyonu şartının aranması gibi yenilikler gazeteci spekülasyonunu önlediği gibi çalışma koşullarını kolaylaştırdı.

Müsabakalar sonrasında sporcularla teknik sorumlularla görüşebilmede bazı kurallarla sınırlandırıldı. Böylece gazetecilerle sporcular arasında doğabilecek nahoş hadiseler önlenmiş oldu. Ayrıca teknik adamlarla daha sakin ve detaylı konuşabilme bu uygulamadan doğan zengin sorgulama aynı organizasyon içinde cereyan edebilecek diğer olaylara ışık tutmaya yaradı.

Yazılı basının televizyonun rakibi değil ortağı olduğunu kabul etmesi onun hazırlayıcısı ve tamamlayıcısı olduğuna inanması gereklidir. Televizyon olayları naklen yeni anında yayınlar ama çoğu kez resmi bir nitelik yeri anında yayınlar ama çoğu kez resmi bir nitelik resmi bir ağız, tavır. İşte gazete televizyonun bazen istediğini istediği gibi söylemediği ya da söylemediği konuları daha rahatça söyleyebilme gücüne sahiptir. (TOPUZ.1973.s/298)

Gazete bir takımın ya da bir oyuncunun durumunu formunu çok rahat eleştirebilir. Hatta bunun nedenlerine inebilir. Televizyonda ya da

radyoda bir sporcunun kötü oynadığı ortaya atılır. Ama bir onu bir gece evvel barda sabahladığını gazete yazar, bir devlet televizyonun vermesi beklenemez.Yapılan araştırmalar göstermiştir ki gerek televizyon gerek radyo gerekse gazete gibi kitle iletişim araçları yer verdikleri spor haberleri ile sporcu sayısı ve izleyici sayısı arasında bir orantı vardır.

Tablo 1. Gazetelerin toplam sayfası ile spor sayfasının karşılaştırılması (ADIGÜZEL.1999.)

	Hürriyet	Sabah	Milliyet	Güneş
ORTALAMA BASIM ADEDİ (BİN)	600-700	500-600	500-600	400-500
TOPLAM SAYFA (ADET)	128.5	28	26	16
SPOR SAYFASI (ADET)	3 – 4	3 – 4	2	2
YER VERİLEN SPOR TÜRLERİ (%)	80	80	80	80

Türkiye’de yazılı basının en fazla satan gazetelerinden olan bu gazetelerde spora verilen ağırlıklar yaklaşık aynıdır.

Basının spora kitlelere sevdirebilme ve yaygınlaştırabilme özelliği olduğu bilinirken Türkiye’deki yayınların özellikle futbol ağırlıklı olması diğer spor dalları açısından bir dezavantaj oluşturmaktadır. Fakat basının futbola ilgi duyanların çokluğu nedeni ile okuyucu ve izleyici potansiyellerini artırmak düşüncesi ile bu spora ağırlık verdiği söylenebilir. Bu da reklam geliri ile ayakta durabilen basın organları için anlaşılabilir bir durum gibi görülebilmektedir. Sporun tüm dalları ile basında yer alması insanların bu sporları yapmaya özendirilmesi ve bu konularda bilgilendirilmesi spor adına arzulanan bir durumdur. (ÜNLÜTEPE. 1991.s/46)

Sonuç olarak hem spor hem de basın karşılıklı etkileşim içerisinde ve spora olan ilginin artması ile basının da bu konuyla daha fazla ilgilenmesi sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

3. SPOR BASINI AHLAKI

Ülkemizde spor ahlakının yerleşebilmesi ve bu konuda halkın bilinçlendirilebilmesi için spor basınına ve dolayısıyla spor yazarlarına büyük sorumluluklar düşmektedir.

Gazete yayınları her yaşta milyonlarca insana ulaşabilme imkanına sahiptir. Ülkemizde yaşayan insanların çoğunun gazeteyi ellerine aldıklarında, ilk önce spor haberlerinin bulunduğu sayfayı okudukları bilinen bir gerçektir.

Spor, centilmenliğe, dostluğa, barışa bir çağrıdır. Spor, basın bu korularda eğitici yazılar yayınlamaya yönelmeleri, spor ahlakı açısından büyük önem taşımaktadır. Büyük kitlelere ulaşabilen spor basını seyirci ve taraftarlara eğitici yazılarla seslenebilmenin yanında sporun amaçlarıyla ilgili mesajlar yollayarak, onları taraftarı oldukları kulüp adına centilmenliğe davet etmelidirler. Bilhassa “derby” olarak nitelendirilen karşılaşmalardan önce her iki takımın yönetici, sporcu ve antrenörlerinin diğer takım veya maç hakkındaki görüşleri, basın tarafından, taraftarları kışkırtıcı şekilde yansıtılmamalıdır.

Ayrıca gazete yayınlarda bir haberi duyururken kullanılan dil, toplumsal ahlaki değerleri göz önünde bulundurarak düzenlenmelidir. Ancak üzümlük ifade etmeliyiz ki, spor basını bu konuda yanlış bir tutum içerisinde.

1992 yılında, UEFA Kupası’nda galip gelen bir takımımızın galibiyet haberini; “Fenerbahçe, Botev’in anasını belledi” (Fotospor, 1992, s.1) şeklinde duyuran bir gazetenin kamuoyuna vereceği ahlaki mesajlar en derece eğitici ve faydalı olabilir?

Spor olaylarının kamuoyuna duyurulmasında kullanılan ahlaki mesajlar, küfre varacak kadar belden aşağı verilmemelidir. Milli maçlarda alınan olumlu sonuçlar toplum olarak hepimizi mutlu etmektedir. Ancak bu mutluluk, bu güne kadar getirdiğimiz bir takım ahlaki değerleri zedelemektedir. Zira okul dışı faaliyetlerde sporla ilgilenen ve spor olaylarını basından takip eden gençlerin, spor kültürü bu kavramlarla kısıtlı kalacak ve yüce ahlaki değerler ikinci plana atılmış olacaktır. Spor basını her şeyden önce olayları tarafsız olarak okuyucuya aktarmalı, tarafsızlık ilkesini kendine çıkış noktası olarak almalıdır.

Ayrıca spor alanları dışında, sporcuların yaptıkları ahlaki değerlerle bağdaşmayan, mesela; içki, kumar, gece hayatı... gibi ahlak dışı davranışlar, basında diğer sporcuları özendirerek şekilde verilmemelidir. Spor, her şeyden önce disiplin isteyen bir uğraştır. Bu şekilde yaşayan sporcuların, spor alanlarında günden güne daha başarısız sonuçlar aldıklarından bahsedilerek, diğer sporcular spor basını tarafından bu şekilde yaşamaya teşvik edilmemelidir.

Basının devlete karşı özgürlüğünü savunabilecek, toplum önünde basının saygınlığını koruyabilecek bir kuruma ihtiyacı vardır. Bu da basın ahlak yasalarının hazırlanması ve özdenetim kurumlarının ABD’de gazetecilerin oluşturulmasıyla mümkün olabilir. Los Angeles Times yazarlarından David Show, gazetecilerin herkesten daha çok ahlaklı olmak zorunda olduklarını yazar; çünkü yalancı bir politikacının foyalarını ortaya çıkardıktan sonra gazetecinin yalan söylemesi büyük bir çelişki olacaktır.

Ahlak tartışmalarından olabildiğince uzak kalabilmek için kabul edilen iki vazgeçilmez kural vardır: doğruluk ve hakkaniyet. Bir gazeteci haber izlerken gerek zaman baskısı altında, gerekse atlatılmak korkusuyla, yanlış yapabilir. Associated Press'te kabul edilmiş bir formül, "Haberini önce al, fakat ondan önce doğru al" der. Doğru kuralıyla bir başka sorun, okuyucuların beklentileridir. Walter Lippman'ın dediği gibi, haber ve gerçek aynı şey değildir. Olan bir şeyi okuyucusuna ileten gazeteci zaman baskısı altında her zaman o haberin arkasındaki gerçeği yakalayamayabilir. Ne olursa olsun, haber kovalarken ve yazarken gazeteci, tarafsız olmalı. Hakkaniyet kuralı da bundan gelmektedir.

Batı basınında ahlak kavramı içinde en çok tartışılan ve kuralları geliştirilen konulardan biri, gazetecilerin meslekleri dolayısıyla ulaştıkları bedava olanaklar ve armağanlar olmuştur. Washington Post gazetesine yollanan armağanlar kapıdan içeri sokulmadan hayır kurumlarına gönderilmektedir. Bradlee'nin gazete muhabirleri için yazdığı ahlak kuralları arasında gazetecilere haber izlerken yaptıkları harcamaları, ödemeleri ve kesinlikle armağan kabul etmemeleri belirtilmektedir. Gazetecinin haber kaynağından armağan kabul etmesinin endişe ile karşılanmasının nedeni, gazetecinin tarafsızlığını yitirmesi endişesidir. (ÜNLÜTEPE. 1991,s/29)

Gazetecilerin haber kaynakları ile duygusal ilişkiye girmeleri kesinlikle kabul edilmeyen bir durumdur. Bu konuda Philadelphia Inquirer gazetesinin getirdiği kural, hiçbir muhabirin kaynağıyla, evlilik yoluyla veya romantik bir ilişki sonucunda ilgisi olduğu kişi hakkında haber değeri olan yazı yazmaması, fotoğraf çekmemesi ve yorumda bulunmamasıdır. Gazeteci hapse girmek pahasına da olsa haber kaynağının kimliğini saklı tutmalıdır. Bu konuda ABD'de gazete yazı işleri müdürleri özellikle Janet Cooke skandalından sonra aşırı titiz olmaya başlamışlardır. Bu skandal 1981'de Washington Post gazetesinin kazandığı Pulitzer Ödülünü geri vermesine neden olmuştur. Janet Cooke, 8 yaşında eroinman bir zenci çocuğun acıklı öyküsünden bir dizi yazmış ve Pulitzer ödülünü kazanmıştı. Ancak haberi yazdığı zaman çocuğun kimliğini gizli tutmuş, yazı işleri sorumluları da kendisini bu konuda sıkıştırmamışlardı. Ancak Cooke, ödülü aldıktan kısa bir süre sonra yazdığı dizinin tamamen uydurma bir öykü olduğunu açıklamak zorunda kalmış ve işini kaybetmişti. Bu olay gazeteye ders olmuş ve önemli haberlerde muhabir eğer kaynağın adını kullanmıyorsa, hiç olmazsa gazetede sorumluğun ya da bir müdürün kaynağın gerçek kimliğinden haberdar edilmesi kuralı getirilmiştir.

Gazetecilerin kişilerin özel yaşamlarına saygı göstermekte dikkatli olmaları gereken haber konuları arasında tecavüz ve intihar olayları yer alır. Amerikan basınının ortak tutumu, tecavüze uğrayan kişilerin adlarının saklı tutulmasıdır. Bir başka eğitim, 18 yaşından küçük gençlerin yasal açıdan başları derde girdiğinde haberlerin abartılmadan verilmesidir. Bu tür olaylar haber yapıldığında genç kahramanların kimlikleri hakkında fazla bilgi de verilmemektedir. Gazetecinin yazdığı haberde kasıtsız yanlışlıklar yapılması

genellikle zamansızlık, hızlı çalışma, dikkatsizlik, haberi başka bir kaynaktan kontrol etmeme ve bilgi eksikliği sayılabilir. (MOAYED. 1999, s/33)

Harvard üniversitesi Niemon burslarının yirminci yıldönümü nedeniyle yapılan bir konuşmada vicdan geleneği şöyle açıklanmaktadır: Haber, dünyada olup bitenlerin kronolojik bir sıra içinde fakat ahlak ölçülerinden geçirildikten sonra yayınlanmış şeklidir.

“Haber eşittir para”, basın anlayışı varolduğu sürece, basın ahlakından söz etmek imkansızdır. Basında sansasyonel habercilik, traj, promosyon ve reklam savaşları habercilik anlayışını metalaştırdı. Meyda bir silah gibi kullanılıyor. Oysa medya amaç değil, bir araç olarak kullanılmalı. Sözü edilen sorunları çözmek için, “Etik raporu” oluşturulabilir. “Etik raporu”, istihdam ve transfer gibi durumlarda göz önünde bulundurulmalı. “Etik raporu”, süzgeç işlevi yaparak, ahlakı gazeteciler için geçiş hakkı sağlayarak, ahlaksız olanları da devre dışı bırakacak. Basın ahlakı özetle, gazetecinin kendi ahlakına bağlıdır.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1928'de yayımladığı “Gazetecilerin Çalışma ve Yaşama Koşulları” üzerine raporu önemli noktalara değiniyordu: Gazeteci normal bir yaşam sürmeye izin verebilecek ücret alabilmeli, çalışmasını verimli kılacak, düşüncesini sınırlamayacak belirli bir iş güvencesine sahip olmalı, yoğun çalışmanın yaratacağı zihinsel yorgunluğa karşı korunmalı. Rapora göre, gazetecinin iş güvenliğini en çok ekonomideki değil, düşünce alanındaki bunalım tehdit eder. Söz konusu şartların uygulanmasıyla, basın ahlakından söz edebiliriz. (MOAYED. 1999, s/34)

3.1. Basında Ahlaki Açıdan Yapılan Hatalar

Haber ve haberci kimlikleri arka palanda kalmaktadır. Gazeteciler acil haber sunmakla yükümlü birer eleman niteliğine bürünmüşlerdir.

Gazete üst yönetimlerinde görülen çok yüksek ücretlerin yanı sıra, gazetecinin omurgasını ya da alt yapısını oluşturan haber birimlerinde çalışanların ücretleri genellikle düşük kaldı. Böylece muhabirlerin, haber kaynaklarına karşı etkinliği ve saygınlığı da aşınmaya uğradı. Düşük ücretli, deneyimsiz stajyer muhabirlerin muhabir gibi çalıştırılmaya kalkışılması da bu aşınmayı arttırdı.

Gazetecilik, Pazar ve kar motiflerinin peşine düşmüştür. Haber “mal”, okur-izleyici “müşteri”, gazeteci “bant işçisi” oluşmuştur. Francis Balle'nin “çifte aidiyet” dediği kavramda, bir tarafta, mesleki kural ve ilkeler vardır, öteki tarafta da, bir yere bağımlılık, teslimiyet, sadakat. “Çifte aidiyet” her zaman çifte “sadakatsizlik riski” de taşır.

Tekelleşme, gazetecinin temel görevi olana objektif bilgiyi taşıma ve aktarma işlevini bozar. Dürüst ve doğru haber veren araştırmacı gazeteciler tekeli basında kendilerine yer bulamazlar.

İşten atılma ve iş bulamama korkusu, basın emekçisinin, patronlarının meslek ahlakıyla bağdaşmayan tavırlarına ve baskılarına karşı çıkmalarına engel olmaktadır. Basın sektöründe emek sömürüsü had

safhadadır. Kaçak işçilik; basın emekçilerini uzun yıllar sigortasız ve sözleşmesiz olarak çalıştırmaktadır. Üç aylık staj süresi, basın-yayın organları tarafından sömürü aracı olarak değerlendirilmekte ve bu süre kimi zaman dört yada beş yıla ulaşmaktadır. Bu ortam, basın emekçilerini adeta köle durumuna sokmaktadır.

Metalski'nin belirttiği gibi, etik; diğer insanların haysiyeti ve adil muamele görmeleri için saygı kavramı üzerine kurulu olan kişisel uygulama standartlarının yaratılması ve korunması ile kişinin bireysel çıkarları dahilinde olmasa bile kurulan standardın devam ettirilmesi olarak da yorumlanmıştır. "Etik" denildiğinde, gazeteciler ve onların çalıştığı kurumlar arasındaki ilişkiler de ön plana çıkmaktadır.

Marx, etik sorunlarla doğrudan ilgilenmedi. Ama maddeci tarih anlayışı içinde, etik kavramlarla birlikte bütün düşünsel oluşumları, altyapının belirlediği üstyapının bileşenleri olarak değerlendirdi ve bunların, üretimin maddi koşullarına göre bir toplum biçiminde öbürüne değiştiğini öne sürdü. Varlığı sonuç şöyleydi; ancak özel mülkiyetin kalkmasıyla insan doğası değişebilir, böylece birey ile toplumun uyumu sağlanarak etiğin başlıca sorunu çözülebilirdi. (GİRGIN. 2000,s/51)

3.2. Gazetecinin Ahlak Anlayışı

Alain Echegoyen'in (1991) açıkladığı gibi, medyadaki enformasyon bir monologa indirgenmiştir: yüz yüze konuşma durumunun aksine, medyada alıcının yanıt verme yada farklı görüşte olduğunu açıklama fırsatı yoktur. İnanırmak etimolojik olarak tartışma sırasında karşı tarafın bakış açısını değiştirerek desteğini almayı ifade eder. Yani, tartışmada üstünlük sağlanabilmesi için başka kişinin katılımı gereklidir. İkna etme ise, diyaloga dayanan, daha güçlü ve tek yönlü bir süreçtir. Alıcı dialogta etkin taraf iken, iknada edilgin bir rol üstlenir. Medya, özellikle de görsel medya aracılığıyla aldığımız enformasyonu tehdit eden şey, iknanın bu özelliğidir. Öyleyse tüm medya yayıncılarının ve gazetecilerin karşı karşıya kaldığı ahlaki ikilem şudur: ya her türlü yolu kullanarak izleyicileri ve dinleyicileri belirli bir kanalı izlemeye veya gazeteyi okumaya ikna etmek ya da doğru ve tarafsız enformasyonla ve etik kanılarla onları inandırmak. Ahlak, enformasyon ve iletişimin kökeninde yer almaktadır. Bir toplumun ahlakı, büyük çapta enformasyonun elde edilme tarzına dayanmaktadır. Kitle iletişim araçları sadece insanların bilgisini genişleten ve zenginleştiren enformasyonu aktarmamakta, aynı zamanda belirli bir görüşü ortaya koymaktadırlar. Buradaki sorun, gerçekliğe ilişkin bilgilerin tam olarak medya tarafından sağlanmasından dolayı enformasyon sürecinde gerçeklikten herhangi bir sapma olduğunda, çoğu kez bu sapmanın yurttaşlar tarafından düzeltilememesidir. Bu nedenle, medyanın çok büyük ahlaki sorumluluğu söz konusudur.

Kitle iletişim araçları en geniş izleyici kitlelerine çekme tasası içindedir. İzleyici kitlesinin büyüklüğü kitle iletişim araçlarının reklam gelirlerini arttırmaktadır. Buradaki risk, izleyici (okur/dinleyici vb.)

kavramıyla “müşteri” kavramının karıştırılmasıdır. Örneğin, okuyucuların, dinleyicilerin ya da izleyicilerin sayısı sık sık Pazar payı olarak dile getirilir. Enformasyon ve iletişimin, aktarılan yanlış imgeler seline direnememe tehlikesi burada yatmaktadır. Gazeteciler en sansasyonel başlıklar için yarışmakta ve televizyon izleyicileri üzerinde doğrudan duygusal etki yaratmak amacıyla düzenlenen en çarpıcı görüntüleri gösteren bir gösteri aracı haline getirmektedir. Biz, imgenin göz kamaştırıcı büyüğü altında doğruluk ve geçerliliği hoş ve çekici olanla karıştırma riskiyle karşı karşıyayız. Bu bağlamda enformasyon ve iletişim bir imgeler dizisine indirgenebilir. Gazetelerin haber başlıklarının diline ve fotoğraflara öylesine alışık ki, bu dil ve sözcükler görsel imgelerle desteklenmediklerinde güçlerini yitirmektedirler. İmge özden çok daha önemli hale geldi.

Gazeteciliği etik ve yasal açılarından ele almanın başlangıç noktası enformasyonun temel bir hak olduğu gerçeği olmalıdır. Enformasyon özgürlüğü hakkının iki ayrılmaz boyutu çerçevesinde ele alınması gerektiğini söyleyebiliriz: enformasyon iletme hakkı ve enformasyon alma hakkı. Vicdan özgürlüğüyle bağlantılı olan birinci boyutu, medya sahiplerinin, editörlerin ve gazetecilerin yanı sıra yurttaşların da özgür ifade hakkına saygı gösterilmesini gerektirir. Bilgi edinme hakkıyla bağlantılı olan ikinci boyut ise halkın doğru ve tarafsız enformasyon ile dürüst ya da etik kanıları alabilmesini güvence altına alır. Kişisel çıkarlarımız nedeniyle sık sık bu iki boyutu birbirinden ayırır ya da bunlardan birini göz ardı ederiz.

Enformasyonun temel bir hak olarak görülmesi düşüncesinden, onun bir meta olarak kabul edilmemesi ya da ele alınmaması gerektiği çıkarılabilir. Eğer enformasyon temel bir hak olarak kabul edilmezse, pazarın yasalarına tabi olan ve medya sahiplerinin, editörlerin ve gazetecilerin özel çıkarları doğrultusunda zorla kabul ettirilen bir meta haline dönüşür.

Kamusa ya da özel medya, enformasyonu başlı başına bir amaç olarak değil, bireyin ve toplumun gelişimine katkıda bulunmanın bir aracı olarak kabul etmelidir. Medyanın amacı kamuoyunu önceden belirlemek ya da yaratmak olmalıdır. Medyanın hedefi, kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin çeşitli enformasyonu ve kanıları aktarmak olmalıdır. Medya kamuoyunu temsil etmez. (HABERMAS, 1994)

Medya yurttaşların kendi kanılarını oluşturmalarına ve onları ifade etmelerine yarayan araçların en önemlilerinden biridir. Kamuoyunu gerçekten temsil eden ve meşruiyeti olan şey, yalnızca halkın sesidir. Medya kamuoyu yaratmak amacıyla enformasyonu uyarlamamalı ya da kendi çıkarları doğrultusunda kullanmamalıdır. Eğer bilgilendirme ve iletişim sağlama amacı, eğitime, yargılama ve kamuoyu yaratma şekline dönüşürse medya, okullar ya da yargı gibi diğer toplumsal kurumlara ait olan işlevleri üstlenerek ve halka ait hakları sahiplenerek devletin en büyük gücü haline gelir. Sonuçta medya sahipleri, editörler ve gazeteciler kamu hizmeti anlayışından uzaklaşan bir “mediocracy” haline gelebilirler. Medyanın

enformasyon özgürlüğü sınırsız değildir. Bu nedenle hem haklar ve görevler hem de özgürlük ve sorumluluk üzerinde durmalıyız. Parlamentler Meclisi'nin 1978 yılındaki 428 sayılı kararına göre, "basının ve diğer kitle iletişim araçlarının görevi, işlevleri topluma ve birey yurttaşlara karşı sorumluluk duygusu içinde yerine getirmektir. "İlke olarak, yasal ve etik bakış açısından yapılabilecek her türlü enformasyon tartışmasının kanılar ve enformasyon arasında açık bir ayırım yapması gerekmektedir.

Enformasyon özgürlüğü, bütün yurttaşların eşit olarak yararlandıkları ve onları yasalara aykırı engellemelerden koruyan temel bir haktır. Doğruluk, enformasyon özgürlüğünün sadece ve sadece doğruyu yayma amacı gütmesi gerektiğini ve onun artık yalnızca editörlerin ve gazetecilerin ifade özgürlüğüne değil, aynı zamanda yurttaşların doğruyu bulup çıkarmaları için daha iyi fırsatlar sunan olabildiğince çok enformasyona ulaşan hakkın dayandığını varsayar. Doğruluğun mutlak doğruyla özdeşleştirilmesi yaklaşımı, doğruluğun tümüyle nesnel olarak ölçülebilir bir şey olarak kutsallaştırılması anlamına gelebilir ve enformasyonun tam gerçeklikle mutlak uyumlu olmasını gerektirir. Böyle bir doğruluk derecesine ulaşmak imkansızdır. Böyle bir doğruluk talebi, haberlere ve enformasyona sansür uygulanmasına yol açabilir.

Gazetecilikte sadece enformasyon özgürlüğünü değil, kanı özgürlüğünü de tam olarak korumak önemlidir. Doğruluk enformasyon açısından çok önemli olsa da aynı şey kanıların ifade edilmesi açısından geçerli değildir. Kanılar öznelirler, kişiden kişiye değişirler ve kanıtlanamazlar ya da çürütülemezler. Kanıların ifade edilmesi genel fikirler üzerinde düşünceler ve yorumlar anlamına gelebileceği gibi, özgün kişisel deneyimlere ya da etkinliklere ilişkin olgulara, da gönderme yapabilir. İkinci durumda gazetecilik etiği olgularla, kanılar arasında ayırım yapılmasını gerektirir, böylece enformasyonu kullananların kafası karışmayacaktır. Her ne kadar kanıların açıklanmasında doğruluk aranmasa da dürüstlük şarttır, yani kanılar demokratik değerlerin savunulması bağlamında etik bir çerçeve içinde aktarılacak zorundadır.

Enformasyonu sağlayan editörlere ve gazetecilere başlıca baskılar hem kamu otoritelerinden hem de ekonomik çıkar gruplarından gelebilir. Kamu otoritelerinin oluşturduğu tehdit haber sansürü ile temsil edilmektedir. Sansürün kaldırılması, devlete ve kamu otoritelerine rağmen ifade özgürlüğünün, enformasyon sağlayıcıların haklarının ve aynı zamanda enformasyonunun doğruluğunun güvence altına alınması sürecindeki en önemli zafer olmuştur. Medya artık, haberler üzerindeki etkisi giderek büyüyen ve gerçek bir toplumsal güç haline gelme potansiyeline sahip olan büyük ekonomik işletmeler tarafından yönetilmektedir. Bu nedenle enformasyonun doğruluğunu ilk önce yayın şirketlerine bağlı haber medyasında güvence altına almamız gerekmektedir. Haber medyası şirketlerinin yasal ve etik yükümlülüklerinden ötürü gazetecilerin aktardığı haberlerin doğruluğuna müdahale etmemeleri gerekir.

Enformasyon kaygısının ilk aşaması, bilgi yerine enformasyonun alınmasıyla başlar. Oysa bilgi ve enformasyon farklı kavramlardır: Bu ikisi arasındaki fark, bir benzetmeyle ortaya konabilir.

Bir kitabın arkasındaki özel adlar fihristi, depolanmış verilere benzetilebilir. Bilgi de ciddi okuyucuların düzenledikleri analitik fihriste benzetilebilir.

Medya, bilgiyi alıp, değiştirdikten sonra, işlenmiş veriler olarak kamuya aktarıyor.

Umberto ECO'ya göre, "Enformasyonun kendisi alınıp satılan bir meta haline gelmiştir. Üretilen enformasyonda bir anlam kaybı söz konusudur.

Sonuç olarak, enformasyon yapıları hangi biçime bürünürlerse bürünsünler yine de içerik özellikle de kalite sorunu varlığını sürdürecektir.

Haber örgütünün gazetecilik etiği tartışmasında önemli bir yeri vardır. Haber örgütü yalnızca ekonomik bir kurum olarak görülemez, aynı zamanda toplumsal bir kurumdur. Görevi, sadece yurttaşları enformasyonun öznesi olarak değil de nesnesi olarak gören reklamcı çıkarlarına hizmet etmek değildir. Bu nedenle gazetecilik etiği daima bir bütün olarak mülk sahiplerini, editörleri, gazetecileri de içeren haber örgütü etiği bağlamında düşünülmelidir. Bu nedenden dolayı, haber örgütlerinin işleyişini denetleyecek özel yasal düzenlemelerin olması gerekir.

Objektif ve objektif haber verme anlayışı, Amerikan İç Savaşı sırasında yapılan gazetecilik uygulamaları sonucunda doğmuştur. Amerikan İç Savaşında telgraf hatlarının iyi çalışmaması ve telgraf ücretlerinin pahalılığı nedeniyle, Amerikan gazeteleri ve gazetecileri haberin özünü vermek için yeni yöntemler ve teknikler dememek zorunda kalmışlardı. Bu yönden ilk başvuru, haberlerin verilmesi için gerekli tüm enformasyonu içinde bulunduran yığılma girişin kullanılmasıdır.

Objektiflik konusunda en çok bilinen benzetmelerden biri "Mars'tan gelen adam"dır. Bir gazeteci üzerinde çalıştığı haber konusunda en az Mars'tan gelen adam kadar tarafsız olmalıdır.

Gazetecilik ahlak ilkelerinde ilk sırada yer alması gereken kural tarafsızlıktır. Oysa son dönemlerde, özellikle siyasi haberlerde, unutulmuş ilk kural tarafsızlık olmuştur.

Örneğin, seçim haberlerini demokratik sorgulamadan çok at yarışı biçiminde değerlendiren ve kampanya taktikleri ile oyun planlarına ağırlık veren bir yöntem, gazetecinin "tarafsız" yorumlama biçimine kaçışını sağlamaktadır.

Haberde yapısal dönüşüm ikna etme ile başlıyor. Okuyucu ile haberi aktaran arasında diyalog olmayınca, haber iletme süreci enformasyona dönüşür. Enformasyon ise düşündürmez sadece ikna eder.

Enformasyonu bilgi olarak algıyorsak, haber ise bilginin gerçeği araştırıldıktan sonraki kurgulanmış halidir. Habere görsellik, kurgu ve gösteri katıldıkça, fikir gazeteciliğinden, kitle gazeteciliğine geçişi

görüyoruz. Duygusal habercilik, düşündürme fonksiyonların azaltmaktadır. Habercilikte görselliği ön plana çıkararak, bir anlamda gerçeği örtme dikkat çekmektedir.

Tıbbın sağlığı her zaman olması gerektiği gibi yerine getirdiği söylenemeyeceği gibi, gazeteciliğinde her zaman gerçeği sağladığı söylenemez. Bazı gazeteciler gerçeğin aktarılmasını sekteye uğratabilir, bazı gazeteler gerçeği sistematik olarak çarpıtabilir, hatta geleneksel gazetecilik becerilerini kullananların ürettiği eğlencenin tamamen aracı olabilirler.

Bill Moyers, gerçekliğe dayanan haberleri, Doğrudan Haber’i “Eski Haber” olarak tanımlıyor. Günümüzde gerçeği örten eğlenceli haberciliğe ise “Yeni Haber” adını veriyor.

Haberin yapısal dönüşümü bir benzeme ile açıklanabilir: Mathien’e göre, hammaddeler gelir, “filtre”de, enformasyon “in-former” edilir, yani şekle sokulur. “Hammadde” üç aşamada dönüşüme uğrar: “Seçme”, yani haberin varolup olmamasına karar verme. “Hiyerarşi belirleme”, yani önem sırasına sokma ve “Değerlendirme”, yani okutmak, izletmek için şekil verme.

Bir hikayenin “haber değeri” pek ender olarak onun gerçeklik değerinin bir işlevidir. Haber değeri daha çok, hikayenin hedeflediği öngörülen piyasaya yönelik bir işlevdir.

Gerçeklik ve buna bağlı olarak haber değeri, rating nedeniyle manipüle ediliyor.

Rating habercilik anlayışını magazin haberciliğe ve şok haberciliğe kaydırarak, gerçekleri bozmaktadır.

Haber değeri taşıyan konular ökünme yoluyla habere dönüştürüldüğünde, yapısal dönüşüm başlıyor. Haberın yapısal dönüşümü ile anlam arasındaki ilişkiyi şöyle açıklayabiliriz: Haber oranı arttığı ölçüde anlam oranı azalmaktadır. Haber enflasyonu ile anlam azalması (deflasyonu) arasında anlamlı bir ilişki vardı. Anlam yitmesi, haberin yıkıcı, ikna edici eylemine doğrudan bağlıdır.

“Körfez’de Savaş” aşırı haberle, anlam ya da anlamsızlık arasındaki ilişkileri çok iyi bir şekilde ortaya koyan bir olaydır. Tüm o “sözde bilgiler” haberin kapsamına girmektedir yoksa anlamın değil. Haber anlamının hem yok edip hem de nötralize ediyorsa ortada kitlelere iletilmiş bir bilgidен söz edebilmek oldukça güç olacaktır. Sonuçta, gerçeklerin=anlamın açıklanmadığı bir olayda gösterinin tanığı olmak istemeleri çok doğaldır. (MOAYED. 1999, s/39-45)

3.3. Spor Basını Ahlakı Açısından Basın Özgürlüğü Kavramı

3.3.1. Tekelleşme

Basında tekelleşmenin, basın özgürlüğünü ihlal edici bir olgu olduğu biliniyor. Tekelleşme nedeniyle başka bir iş bulamama endişesi, düşünce özgürlüğünün en büyük engellerinden biridir. Tekelci basın, gazetecilik kavramını bozar. Örneğin dürüst ve doğru haber veren, kamuyu aydınlatmayı ve toplumsal yararı ön planda tutan, araştırmacı, kavramları

sorgulayan ve bunu yaparken kişi haklarına saldırmayan gazeteciler tekelci basında kendilerine yer bulamazlar.

Washington Post'un bulunduğu grubun yönetim kurlunda, IBM, Bank of New York, Bankers Trust, Heinz, Coca Cola, General Elektirtircten üyeler olmuştur. Peter Drejer ve Steve Weinberg, bir makalelerinde, bunu "İçiçe kilitli" ya da "kenetlenmiş yönetimler" olarak adlandırmaktadır.

Tekelleşme sansürün ikiz kardeşidir. Bunu engellemenin tek yolu tüm demokratik ülkelerdeki gibi bir an önce antitröst yasaların yaşama geçmesidir.(TEPE.1999,s/38)

3.3.2. Özel Hayatın Gizliliği

1982 Anayasası'nın 20. maddesinin gerekçesinde"...özel hayatın korunmasının her şeyden önce bu hayatın gizliliğinin korunması, başkalarının gözleri önüne serilememesi..." ifadesi yer almaktadır. Özel hayatın gizliliği ve korunması hakkının müdahalelere maruz kaldığı en önemli alan, 1982 Anayasası'nın 28. maddesinde düzenlenen basın hürriyeti ve dolayısıyla kitle iletişim araçları mensuplarının haber verme hakkı oluşturmaktadır. Haber verme hakkının hukuka uygunlu sebebi olarak kabul edilmesi ve kullanılması sınırsız değildir ve kanun koyucunun çizdiği çerçevede haber verme hakkının kullanılmış olması halinde hukuka uygunluk sebebinin varlığından bahsedilebilir. Haber verme hakkın söz konusu olabilmesi için, duyurulan konunun öncelikle haber niteliği taşıması gerekir ve eğer ortada bir haber yok ise, haber verme hakkının varlığından da bahsedilemez. Açıklanan konunun haber niteliği taşıması için aranılacak unsurlar, gerçek ve güncel olması, açıklanmasında kamu yararının bulunması, kamu ilgisini çekmesi ve haber verme hakkına ait sınırların aşılmaması gerekir. Haber hakkının kullanılmasında başkalarının özel ve aile hayatına izinsiz olarak girmesi ve bu şekilde elde edilen belgeleri kanıt olarak kullanılması hukuken doğru değildir.

Basın Kanunu'nun 33. maddesinin 3. bendi, "On sekiz yaşını doldurmamış olan suç faili ve mağdurunun kimliklerini açıklayan bilgi ve fotoğrafların yayınlanmasını" yasaklamıştır. Kamuya mal olmuş bir kişinin özel hayatının gizlilik alanına giren bazı konularının kamuya açıklanmış kişilik hakkına yönelik hukuka aykırı bir saldırı sayılmayabilecektir. (TEPE. 1999, s/39)

3.4. Spor Basını Ahlakı Açısından Sorumluluk Kavramı

3.4.1. Spor Basında Sorumluluk Kavramı

17. yüzyıldan buyana basının görevi nedir, nasıl kontrol edilmelidir, gazetecinin sorumluluğu kime karşıdır tartışmaları sürüp durdu. 16. ve 17. yüzyılda basının görevi ve sorumluluğu iktidarın tüm politikalarını desteklemek ve devletin hizmetinde olmaktı. 17. yüzyılın sonu ve 18. yüzyılın başında, John Milton, Locke ve John Stuart Mill gibi düşünürlerin yazılarından güç alan kimi gazeteciler görev alanlarını ve meslek amaçlarını değiştirmeye başladılar. Bu gazetecilerin amaçları ve görevleri devlete hizmet değil, kamuyu bilgilendirmektir. 20. yüzyılın ilk yarısında medya

tamamen kontrolden çıktı. İşte meslek etiği ilk kez toplumsal sorumluluk kuramının geçerli olduğu yerlerde ağırlık kazandı.

Sorumlu habercilik, evrensel değerlere, kişinin hak ve özgürlüklerine saygı, anayasaya ve yasalarla konulmuş değerleri ihlal etmeyen haberciliktir. Gazetecilikte sorumluluk ve ahlak genellikle eşanlı olarak kullanılmaktadır. Ahlak, sorumluluk ve özgürlük üçlemesinde, en güzel diyalektik formülasyonlardan biri bu şekilde ortaya çıkmaktadır: “Özgürlük tezi, ahlak antitezi ile karşılaşmaktadır. Bu karşılaşma, sorumluluk taşıyan bir özgürlük anlayışı sentezi ile noktalanmaktadır.”

Gazetecinin sorumluluk anlayışını aşındırın öğeleri şöyle sıralayabiliriz:

1. Meslek ilkelerine karşı ilgisizlik
2. Araştırma gazeteciliği ilgi göstermemek
3. Meslekici eğitim yokluğu
4. Özeleştiri yokluğu ya da sapması
5. Haber kaynaklarıyla ilişkiler
6. TV’de kuralızsızlık dönemi
7. Habercilik anlayışındaki değişim
8. Rating tutkusu
9. Dile özensizlik
10. Örgütsüzlük
11. Yanlış istihdan politikası
12. Tekelleşme
13. Promosyon.

Haberi eksik ve yanlış bilgiyle vermek, haberde adı geçen ve suçlanan kişinin görüşünün yansıtılmaması, sorumlu gazetecilikle bağdaşmaz.

Parlamenteler Asamblesi’nin 428 sayılı (1970) çözüm önerisine göre “Basın ve medya görevlerini yerine getirirken, halka ve topluma karşı sorumlu oldukları konusunda duyarlı olmalıdırlar.

1971 yılında Münih’te kabul edilen “Münih Şartı” Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ) ve Uluslararası Gazeteciler Teşkilatı (OIJ) ile Avrupa gazeteciler sendikalarının çoğu tarafından kabul edilmiştir. Bu metin, gazetecinin görev ve haklarını tanımlamaktadır. Münih Şartı’ndaki görevler deklarasyonunun birinci maddesi şöyledir: “Sonuçları kendisi için ve kamunun gerçeği bilmesi açısından her ne olursa olsun, gerçeğe saygılı davranmak...” Deklarasyonunun üçüncü maddesi ise şöyledir: “Gazeteci kendi inancına ya da vicdanına aykırı bir mesleki işi yahut düşünceyi ifade etmeye zorlanamaz.” Deklarasyonunun dördüncü ve beşinci maddeleri ise şöyledir: “Haber, fotoğraf ve belgeler elde etmek için yasadışı yöntemler kullanmamak, kişilerin özel hayatına saygılı olmaya kendini zorlamak.”

Yayın organının bir “çizgisi” vardır. Gazeteciden de o “çizgiye” uyması beklenir. Münih Bildirgesi bu “çizgiye” dikkat çeker ve gazetecileri

bu “çizgiye” bir savunma hattı olarak sahip çıkmaya çağırır: Örneğin, İsviçre’de, basın toplu sözleşmelerinde,gazeteciye “direnme hakkı” tanımaktadır. Yayıncı, çalışanların onayı olmaksızın gazetenin genel çizgisini, tipini değiştirmek istediğinde, gazetecinin”tazminat hakkı” doğmaktadır. Fransa’da gazeteci,”onuruna, saygınlığına ve ahlaki duyarlığına aykırı” bir durumda istifa ettiğinde, işten çıkarılmış gibi kıdem tazminatı söz konusu olabilir.(ÜNLÜTEPE.1991,s/26)

3.4.2. Sosyal Sorumluluk

Gazeteci göreve başladığı andan itibaren iki çeşit sözleşme yapar. Birincisi bağlı olduğu haber organizasyonu ile hukuki sözleşmesi, diğeri ise okuyucusu, seyircisi veya dinleyicisi ile arasındaki mesleki ve manevi bir sözleşmedir. Gazetecinin sosyal sorumluluğu bu ikinci sözleşmeyle başlar. Basının sorumluluklarını yerine getirmesi için gerekli olan fonksiyonları dörde ayırabiliriz. Bunlardan ilki siyasi fonksiyonudur. İkincisi eğitim alanındadır. Üçüncü fonksiyonu ise toplumun gündemini oluşturma rolünde kendini gösterir. Dördüncü fonksiyon sosyo-kültürel içeriklidir.

“Sosyal sorumluluk”1947’de ABD’de Robert M. Hutchins başkanlığında kurulan Hutchins Komisyonunun “Özgür ve Sorumlu Basın” adlı raporunda ortaya konmaktadır. Komisyon, basında yer alan haberlerin adil olup olmadığını, çarpıtılıp çarpıtılmadığını,gerçekleri ne ölçüde yansıttığını soruşturmak üzere çalışmalarını sürdürdü.

Özgürlükçü ortamın yarattığı sorumsuz gazeteciliğin gerçekte olup olmadığını araştıran Komisyon 1947’de yayınladığı bir raporda, basının beş temel hizmeti eksiksiz olarak vermesi konusunda ısrarla durulmuştur. Bu hizmetleri şöyle sıralayabiliriz: “1. Günün haberlerinin doğru ve kapsamlı olarak derlenmesi. 2. Bir yorum ve fikir alış-verişinde bulunma ortamı yaratılması. 3. Özgür bir basın tüm düşünceleri yansıtabilmelidir. Basın canlı, günü gününe, saati saatine yaşayan bir tarihin aynasıdır. Bu ayna gerçeklere uygun olmalıdır ve bu gerçekleri halka gösterebilmesi için Basının Özgür olması şarttır. 4. Toplumun hedef ve değerleri açıklığa kavuşturulması ve bu alanda tanıtım metotları saptanması. 5. Toplumun her üyesine ulaşma yolları araştırılması ve oluşturulması.

Komisyon raporunda, üzerinde ısrarla durulan konu, basının sadece olayları anlamlı bir çerçevede sunması değil, gerçekleri de açıklamasıdır. Buradan da anlaşılacağı üzere gazeteciliğin profesyonel ideolojisi araştırmacı gazetecilik ruhudur. Hutchins Komisyonu bayrağı altında, basın ahlaki yükümlülüğü de objektif olguların ötesinde geçmeyecek şekilde oluşturulmuştur. Rapora göre, eğer bir yanlış varsa, doğrusunu araştırıp bulmak ve yayınlamak gazetecinin görevidir. Gazetecilerin ideolojisi özgür ifade üzerinedir. Sosyal sorumluluk doktrini kapsamındaki ifade özgürlüğü, bireyin düşüncesi ve vicdanı üzerine kuruludur. İfade özgürlüğü, bazı kişilerin bencilce sonuçlar çıkarmasına neden olacak bir kavram değildir. Sahip olduğu ahlaki değerlerle yakından ilgilidir. Bu özgürlüğü sosyal

sorumluluk çerçevesinde kurmak, hem birey, hem de toplum için anlam taşır. (ÜNLÜTEPE. 1991,s/45)

3.5. Spor Basını Ahlakı Açısından Özdenetim Kavramı

Pek çok ülkede basının kendi kendini denetimi yolunda atılan adımlar genellikle “basın ahlakı” çerçevesinde toplanmaktadır. Özdenetim bir yandan özgürlük diğer yandan ise, ahlak çerçevesinde değerlendirilmek istenmektedir. Eğer gazetecilere etik gereklilikleri kabul ettirme istiyorsak, bunların uygulanmasını izleyecek uygun bir mekanizmaya ihtiyaç duyulacaktır: Özdenetim ya da kendi kendini sınırlamayı sağlayacak bir mekanizma. Avrupa Konseyi kararında ve tavsiyesinde belirtildiği gibi, özdenetim mekanizmasının etkili olabilmesi için, etik ilkelerini çığneyenlere belirli yaptırımları uygulayabilmesi gerekmektedir. Karar basit bir yaptırım önermektedir: medya, gazetecilerin ve medyanın doğruya bağlı kalmadığı ve etik ilkeler doğrultusunda hareket etmediği her durumu kamuya bildirmekle yükümlüdür. Ayrıca, Avrupa Konseyi içinde Avrupa medyasını denetleyecek bir Ombudsman (etik ilkelerin uygulanmasını denetleyen ve gerektiğinde gazetecileri uyaran kişi) makamının oluşturulması da önerilmektedir. Avrupa Konseyi, gazeteciliğin düzenlenmesinde yasalardan çok etik ilkelerden yanadır. Etik kodlar açısından bakıldığında, bunların etkili olabilmeleri ve saygınlık kazanabilmeleri için yazılı etik ilkeleri içermeleri, özdenetim mekanizmalarına ve yaptırımlara sahip olmaları gerekmektedir.

Basında Özdenetim Modelleri :

Özdenetim modellerini üçe ayırabiliriz:

1) Ahlak kuralları 2) Basın konseyi 3) Ombudsman.

1) Ahlak Kuralları: Basın da özdenetim sağlanmasındaki uygulanan yollardan biri meslekle ilgili ahlak kurallarının belirlenmesidir. Bu kurallar haber kaynağından hediye alınmaması, ücretsiz haber gezilerine katılmaması veya haberde yapılan bir yanlışın düzeltilmesi konularında gazeteciye yol gösteren kurallardır. Bu tür kurallar mesleki bir sorumluluk içinde çalışan gazeteciler üzerinde etkili olmakta, fakat özellikle ahlaki rehberliğe ihtiyacı olanlar için fazla yol gösterici olamamaktadır. Mesleki eğitim ve kültür düzeyi geliştikçe gazeteciler bu tür kurallara daha fazla ihtiyaç duymakta, onları yol gösterici olarak kabul etmektedirler. Ahlak kurallarının hem bütün gazete çalışanlarını-muhabir, sütun yazarı ve yazı işleri sorumluları hem de işvereni bağlamalıdır.

1) Basın Konseyi: Özdenetim düşüncesinden yola çıkarak varılan bir başka model “Basın Konseyi” modelidir. İlk uygulaması 1916’da İsveç’te görülmüş, İngiltere’de kurulması 1963’te gerçekleştirilmiş. Basın Konseyi’nin amacı, basında çıkan haksız yada yanlış haberler, yorumlar sonucu onurları, çıkarları zarar gören kişilerin şikayetleri üzerine konuyu incelemektir. İngiltere’de konseyin kararlarının basın organlarında kullanılması eğitimi güçlüdür. ABD’de ise, konsey modeli başarılı olamamıştır. Konsey modelinin eleştirmenleri genellikle basının

gözlemcisinin gene basın olması gerektiğini, basın dışı katılımlı bir örgüt tarafından denetlenmenin basın özgürlüğüne gölge düşüreceğini savunurlar. Basın Konseyleri, diğer görevlerinin yanısıra profesyonel ahlak açısından yüksek standardı korumakla yükümlüdürler.

2) Ombudsman: Bir başka özdenetim modeli. İsveç uygulamasından esinlenilerek geliştirilmiş olan ombudsman modelidir. İsveç'te uygulanan biçimiyle ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir. Ombudsmanın hükümetle hiçbir bağı yoktur. Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcisinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilir. Maaşı ise Yayıncılar Derneğindeki gazeteciler tarafından ödenir. Bu madelin bir başka şekilde ortaya çıkması ise her basın organının kendi ombudsmanını belirlemesi biçiminde olmuştur. Bu model çerçevesinde ombudsman kurum uçu yazılı eleştiriler yayımlayarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını hatırlatmanın yanı sıra haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikayetlerini değerlendirir. Bu modelde ombudsman, gazetede ki yanlışlıkları izleyip tekrar edilmelerin ölemeye çalışır. Bu durumda yapılacak olan yanlışlığı yayından önce önleyebilmesi olanaksızdır. Çünkü, ombudsman tarafsızlığını koruyabilmek için gazetenin hazırlanma aşamasına katılmaz, gazeteyi okuyucular gibi çıktığı zaman görür. ABD'de bu model ilk defa 1967'de basın etiği konusunda son derece duyarlı olan iki gazete Louisville Courier-Journal ve Louisville Times uygulamamıştır. Bugün ABD'e 1500'ü aşkın gazetenin sadece 35'inin ombudsmanı vardır. Washington Post gazetesinin eski ombudsmanı Joseph Laeiten, gazetelerin ombudsman konusunda çekingen davranmalarını iki nedene bağlamaktadır. Genellikle deneyimli gazetecilerden seçilen ombudsmana ödenen yüksek ücret gereksiz görülmekte, onun yerine her yere koşturacak bir iki genç muhabir yeğlenmektedir. Laiten'e göre ikinci neden, gazetecilerin tepelerinden kendilerini gözlemleyen bir eleştirmenden hoşlanmamalarıdır. Ombudsmanı bağımsız kılan özellik onu yaşı işleri üyelerinden ayıran statüsüdür. Çalışırken kendisini ne gazetenin patronu ne de genel yayın müdürüne karşı sorumlu hissetmemektedir. Washington Post'un eski ombudsmanlarından Charles Selb bu sistemi değerlendirirken ombudsmanın gazete içindeki varlığının haber kadrosunun doğru, açık ve tarafsız haber yazma konusunda daha fazla duyarlılığa ittiğini belirtir.

ABD'de özdenetim konusunda izlenen model, basın konseyinden çok ahlak kuralları ve ombudsmanlıktır.

Belçika basın ahlak ilkeleri 1951'de yayımlanmıştır. Ahlak ilkelerinin önemli bir özelliği, değişen koşullara göre gözden geçirilir olmasıdır. Belçika basın ahlak ilkeleri çok kapsamlı olup, 200'ü aşan maddeden oluşur. Gazetecilerin hakları, yükümlülükleri, Basın Konseyi çalışma biçimi bu maddelerde açıklığa kavuşturulur.

Federal alman Basın Konseyi'nin dört temel işlevini belirleyen ilkeler, ana çizgileriyle İngiliz örneğinden alınmıştır:

- 1) Basın özgürlüğünü korumak ve her türlü haber kaynağına ulaşmayı güvence altına almak.
- 2) Basın alanındaki kötüye kullanmaları belirlemek ve bunları önlemek.
- 3) Basındaki yapıyı yakından izlemek ve basın özgürlüğünü tehlikeye sokabilecek teknelci gelişimi önlemek.
- 4) Alman basınına, özellikle basınla ilgili yasa önerileri söz konusu olduğunda hükümet, parlamento ve kamu önünde temsil etmek.

Fransa’da basın ahlak kuralı konusunda kabul edilen ilk metin 1918’de ünlü “Gazetecinin Meslek Görevleri”dir. Bu metin, açık bir biçimde mesleğe yaraşır bir gazetecinin imzasız bile olsa, bütün yazdıklarının sorumluluğunu üstleneceğini, iftira, kanıtsız suçlama, belgelerin bozulması, olayların saptırılması ve yalanı en ağır meslek suçu sayacağını belirtir. Haber elde etmek için dürüst olmayan yolların kullanılmasını, iyi niyetin kötüye kullanımını kınar.

İsveç Basın Konseyi, Yayıncılar Kulübü, İsveç Gazete Yazı İşleri Müdürleri Derneği, Gazeteciler Sendikası tarafından 1916’da kurulmuştur. Gazeteciler için bir meslek ahlak kuralı ilk defa 1923’te Yayıncılık kulübü tarafından kabul edilmiştir. İsveç Gazeteciler Sendikası’nın ahlak ilkeleri, gazetecilerin meslek ahlakına aykırı hareketlerde bulunmayı denetlemeye çağırır. 1974’te başka ahlak ilkeleri gazeteciler, yazı işleri müdürleri ve radyo kuruluşları tarafından kabul edilmiştir. Bu yasa her türlü haksız yayına karşı kişilerin özel yaşamlarının korunması ilkesi getirir. Özel bir bölümü ticari kuruluşların basın üzerindeki baskılarına ayrılmıştır. Kurulan özel bir komite bu konudaki gelişmeleri izlemekle görevlidir. İsveç’teki, gelişmelere 1969’da basın ombudsmanlığı kurumu eklenmiştir. Bir basın temsilcisi olarak üç kişilik özel bir komite tarafından seçilen basın ombudsmanı basınla ilgili şikayetleri izlemekle görevlidir.(TEPE. 1999,s/61-68)

3.6. Basın Ahlak Kuralları

1. Gazeteci ve gazete yazarları halka kesin ve doğru haber vermeye dikkat etmeye mecburdurlar. Bunlar haberlerin ayrıntılarıyla doğru olduğunu kontrol etmekle mükelleftirler. Esaslı bir noktanın isteyerek değiştirilmesi veya unutulması yasaktır.
2. Gazetecilik halk yararına hizmet etmelidir. Halk yararı aleyhine şahsi çıkar aramak veya özel bir yarara üstünlük vermek gazetecilik mesleğiyle kabili telif değildir.
3. Basın yoluyla namus ve haysiyet kırıcı yazılar yazma veya iftira ve isnatlarda bulunmak, hakaret etmek, hediyeler kabul etmek, ve sahibinin haberi olmadan aktarma yapmak, ağır mesleki suç teşkil eder.
4. Halk lehine iyi niyet taşımak ve göstermek, mesleki vazifelerin temelini teşkil eder. Neşri sırasında doğru olmadığı açık surette görülen yanlış haberlerin, onu neşredenler tarafından derhal hakikatin

yayınlanması suretiyle tashihi mecburidir. Doğruluğu teyit edilmemiş bütün rivayet ve haberler bu kayıtla neşredilmelidir.

5. Bir gazeteci ancak haysiyet vakarını, tarafsızlığını ispat edebileceği bir vazifeyi kabul etmelidir.

6. Bir haber veya yorumun muharriri yazısının doğruluğunu garanti ettiğini belirtmedikçe onun mesuliyetini taşır.

7. Herkesin namus ve itibarına hürmet etmek icap eder. Bir kimsenin şeref ve haysiyetini zedeleyecek şekilde hususi hayatıyla ilgili haber ve yorumlar yapmak yasaktır. Yalnız memleket ve amme menfaatine yapılan bu çeşit neşriyat bu yasağın dışındadır.

Bir kimsenin itibarını zedeleyecek böyle bir haber yayınlandığı takdirde bu neşriyatta bahis konusu olan kimsenin, yapılan neşriyata cevap vermesine müsaade edilmelidir.

8. Yabancı bir memleketteki hadiselerin tasvir ve tahlilini ancak bu memleketler hakkında, bu hadiseleri ve yorumları sahit ve tarafsız bir yorum yapabilecek imkanı veren bilgilere sahip gazeteciler tarafından yapılmalıdır.

9. Gazeteci bir haberi veya fotoğrafı almak için namuskarane usullere başvurmalıdır.(ORTADOĞU GAZETECİLER CEMİYETİ. 1995.s/21)

SONUÇ

İncelenen spor basını ahlakı konusu sonucunda, ahlaki değerlerin, ahlak ilminin (etik) ve özdenetim kavramının günümüz spor basını için gerekliliği sabit görülmüştür.

Özellikle gelişen teknoloji ile birlikte, basının bu gelişmelere ayak uydurmak için ihtiyaç duyduğu maddiyat ve bunun getirdiği menfaat ve çıkar çatışmaları ahlak ve ahlak ilminin ve özdenetimin yeniden incelenerek sınırlarının belirlenmesi, sivil toplum örgütleri ve devletin bu konuda belirleyici ve denetleyici rol oynaması gerekliliği görülmüştür.

Gelecekte sporun hızla gelişmesine paralel, basının hangi noktada olacağını kestirmek zordur ama incelenen bu konuya paralel olarak, spor basının da gelişeceği ve hatta değişeceği kesindir. Bu gelişmenin olumlu yönde olması ve değişimlerin az hasarlı atlatılması için ahlak ve ahlak ilminin ve bunun yanında özdenetimin ön planda tutulacağı ve tutulması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- BİLGİ, Nazmi. **Medya ve Etik**, Tüm Zamanlar Yayıncılık. İstanbul, 1998.
- ÜNLÜTEPE, M. Şerif, **Türkiye’de Spor Gazeteciliği ve Tarihsel Gelişimi**, Yüksek Lisans Tezi, İst. Üniv. Sosyal Bi. Enst, Gazetecilik A.B.D., İstanbul, 1991.
- TOPUZ, Ekrem, **Basın ve Etik**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1973.

- ADIGÜZEL,N.L, **Sporun Kitlelere Yaygınlaşmasında Televizyonun Rolü ve Bölgesel televizyonların Spor Yayın Politikalarının Bölge Halkı Tarafından Değerlendirilmesi**, Yüksek Lisans Tezi, M.Ü. Sağlık Bil. Enst., Beden Eğt., ve Spor A.B.D., İstanbul, 1999.
- A.K.D.T.Y.K., Türk Dil Kurumu, **Türkçe Sözlük**, Cilt:1, Ankara, 1988.
- A.K.D.T.Y.K., Türk Dil Kurumu, **Türkçe Sözlük**, Cilt:2, Ankara, 1988.
- AL – MAKHZOUMİ, **Sosyal Psikolojiye Giriş**, Çev. Emel Riza, İzmir, 1996.
- MOAYED, S. Niloufar, **Basın Etiği ve Uygulamadaki Yeri**, Yüksek Lisans Tezi, İst. Üniv. Sosyal Bi. Enst., Gazetecilik A.B.D., İstanbul, 1999.
- GİRGİN, Atilla, **Yazılı Basında Haber ve Habercilik “Etik”i**, Doktora Tezi, İst. Üniv. Sosyal Bil. Enst., Gazetecilik A.B.D., İstanbul, 2000.
- BERGSON, Habermas, **Ahlak ile Dinin İki Kaynağı**, Çev. Mehmet Karasan, Milli Eğitim Basımevi, Ankara, 1962.
- TEPE, S.Sibel, **“Basın Özgürlüğü” ve Yol Açtığı Etik Sorunlar**, Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniv. Sosyal Bil. Enst., Felsefe A.B.D., Ankara, 1998.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. **Basın Meslek İlkeleri**, Ankara, 1991.
- Ortadoğu Gazeteciler Cemiyeti. **Basın Ahlak Yasası**, Ankara, 1995.
- **Temel Britannica Ansiklopedisi**, Cilt no : 3
- **Temel Britannica Ansiklopedisi**, Cilt no : 7
- GÜNGÖR, Erol, **Ahlak Psikolojisi ve Sosyal Ahlak**, Ötüken Yayınları, İstanbul, 1997.