



## Türkiye’de Haber Verme İşlevinin Kişilik Hakları ve Etik Yaklaşımına Değerlendirilmesi

Seçil BANAR\*

**Özet:** Globalleşme ile birlikte dünyadaki her şey gibi ülkelerin enformasyonu yayma sistemleri de değişime ayak uydurmak durumunda kalmış, bireylerin eğlence, eğitim, boş zamanları değerlendirme yanında bilgiyi yayma ve aktarma görevini de üstlenmiş olan medyanın, ülke ve toplum gelişimine katkı aşamasındaki etik sorumluluklarının da gözden geçirilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Ülkelerin çıkarları ve toplumsal gelişim için bu gün etik gelişme ve değişimler gereklidir ve önemlidir. Artık 20. yüzyılda layık olduğu değeri göremeyen etik 21. yüzyılın getirileri karşısında yeterli kalmamaktadır. Medya sektöründekiler de ticaret, spor, sağlık gibi diğer iş alanlarında çalışanlar kadar hatta fazlasıyla her gün etik sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Yeni teknolojilerin, medyanın gündemi belirleme gücü de her gün artmaktadır. Bu sektörde çalışanların aldıkları kararlar, yaptıkları haberler, yazdıkları metinler toplumu yönlendirip şekillendirmektedir. Gündem belirlenip basın ifade özgürlüğünü kullanırken kişilik hakları ihlalleri de gündeme gelmektedir

**Anahtar Kelimeler:** medya, etik, gündem belirleme, kişilik hakkı, kamuoyu

## The Evaluation of Writing News Function In Terms of Personal Rights and Ethical Approach in Turkey

**Abstract:** With the emergence of globalization, the systems through which countries disseminate information, like many other things in the world, have had to keep up with the change. Consequently, in terms of contributing to the development of country and society, a new need has emerged for the revision of ethical responsibilities of the media, which has already undertaken the task of entertaining and educating individuals and utilizing their free time as well as disseminating and transmitting information. Today ethical developments and changes are crucial and significant for the sake of the benefits of the countries and for the social development. Ethics, which could not get the proper value it deserved during the 20<sup>th</sup> century, is no longer be able to be efficient against what 21<sup>st</sup> century has brought about. Those in media sector face ethical problems everyday as much as, perhaps more than, other staff in other sectors such as commercial, sports and medical sectors. The power of new technologies, of the media to determine the public agenda is increasing day by day. The decisions, news and texts performed by the people in this sector are directing and shaping the society.

**Keywords:** media, ethics, formulating an agenda, personal rights, public opinion

\* Yrd.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi.

## GİRİŞ

Toplumunu şekillendirmede böylesine etkili olanların temel çıkış noktalarından ya da güçlerini dayandırdıkları unsurlardan birisi ve en temeli de iletişim, kitle iletişim kavramları olmaktadır.

İletişimin en temel tanımı Ersan İlal tarafından “bilgi, düşünce ve davranışların aktarılması süreci” olarak yapılmıştır.(Bülbül, 2001:2; İlal, 1991: 9). İletişimin yapısı gereği insanlar arasında meydana geldiğini ve onları toplumdaki soyutlamanın mümkün olmadığını söyleyen Haluk Yüksel ve Uğur Demiray’a göre bu olgu içerisinde, önemli toplumsal ilişkilendirmeler de içermektedir. (Yüksel ve Demiray, 1998:43)

## I. İLETİŞİMİN TANIMI, İŞLEVLERİ, KAPSAMI

Sürekli bir hareket ve dinamizm gerektiren iletişim olgusu kişiler ve toplumlar arasında haberlerin, duyu, düşünce ve fikirlerin iki yönlü olarak değişim sürecini kapsamaktadır. Buradan hareketle iletişim süreci geniş kitleler bazında ele alındığında karşımıza kitle olgusu ve kitle iletişim kavramı çıkmaktadır.

Yazılı, sesli veya görsel unsurların dağıtılıp, yayımlanmasına yardımcı olan her türlü teknik iletişim aracına kitle iletişim aracı denilmektedir. Bu süreç boyunca izleyiciyi, okuru, çeşitli yollardan etkilemek için ileti tasarlayan profesyonel iletişimciler, bu amaç doğrultusunda kitle iletişim araçları olarak anılan televizyon, radyo, gazete, internet, bilgisayar, sinemayı kullanmaktadır. (Yüksel, 2001:4)

## II. KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE MEDYANIN GÜCÜ

Kitle iletişim araçları olarak adlandırılan medyanın gerçekleştirdiği iletişim sürecinin toplumda yarattığı sonuçlar ve etkiler önemli hale gelmektedir. Geniş halk kitleleri üzerinde; ilgi çekici, güncel, ulusal, gerçek olaylarla etki yaratmakta, farklı fikirler ve görüş ayrılıkları, davranış değişikliklerine neden olmaktadır. Toplum üzerinde bu kadar etkili olan medya gündemi belirleyerek, kitlesel, geniş davranış, tutum değişikliklerine neden olmakta böylece istedik yönde kamuoyu oluşumuna imkan vermektedir.

Kitle iletişim süreci medyada yaşanırken, bu süreci anlamlı hale getiren kaynak, hedef kitle yani alıcı, kullanılan araçlar, iletilen mesajlar gibi

unsurlar vardır ki bu unsurlar kamuoyunu olumlu veya olumsuz yönde oluşturabilmektedir. Amaç kamuoyunu etkilemekse, hedef kitlenin gönüllü katılımını sağlamak gerekmektedir. Kaynak gücü elinde tutanlar, muhabirler, editörler, teknolojik araçlar olabilmektedir. Özel bir telefon konuşmasının bant kayıtlarının mahkemeye verilmesi, bir memur tarafından kayıtların gazeteye aktarılması, olayların bundan dolayı olumsuz etkilenmesi durumunda iletiyi ve ideolojisini; telefonda konuşan mı, bantı mahkemeye veren mi, hakim mi, gazete mi, yoksa okur, izleyici yani hedef kitle mi üretmiştir? (Rigel, 1995:148-151)

Farklı yapıdaki, farklı görüşteki kitlelere mekan ve zaman sınırı olmaksızın ulaşabilen kitle iletişim araçları olayları ilginç, anlık olarak aktarabilmektedir. Gönderilen iletiler alıcı, toplum tarafından yeniden üretilerek yeni anlamlar çıkarılabilmekte, mesaj reddedilmekte, mesajla olumlu veya olumsuz geri bildirim anında gönderilemeyebilmektedir. (Yüksek, 2001:6)

### **III. KAMUOYU OLUŞUMU VE KAMUNUN DOĞRU BİLGİLENDİRİLMESİ**

Kamuoyunu bilgilendirirken, toplumsal tutum ve davranışla kitlesel görüşler oluşturma becerisine sahip medyanın gücü; UNESCO Komisyonu’nca hazırlanan McBride Raporu’na göre birkaç temel işlevi yerine getirmesinden kaynaklanmaktadır.

Haber verme, bilgi aktararak kamuoyu oluşması yönünde çaba göstermek, toplumsal değerleri aktarma, toplumu yine onun belirlediği değerler açısından özendirme, güdüleme, tartışma ortamı yaratarak kültürün ve eğitimin geliştirilmesine katkıda bulunmaktır. Halkın eğlence ihtiyacını giderirken aynı zamanda da eğitime destek olmak ve hem ulusal hem de uluslararası ilişkiler ve bütünleştirme medyanın önemli işlevlerini oluşturmaktadır.(Yüksel, 2001: 7-8; İçel, 2001: 12-14)

Kitle iletişim araçları tüm bu görevleri yerine getirirken kamuyu doğru bilgilendirmeli hem de demokratik sistem gereği, devleti gözlemleyen kamu gözcüsü olarak hareket etmelidir. Devlet otoritelerinin yetki kullanımında aksayan kötü uygulamaları açığa çıkarma rolü medyanın diğer işlevlerine göre daha önde gelmekte ve medyanın örgütlenme şeklini bile belirleme hakkını elinde tutmaktadır. Medya kamusal düzenlemelerle sıkıştırıldığı takdirde gözcülük görevi bitecek hükümetler hizmete girme tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır.(İrvan, 2002: 186)

Böylesine geniş kitleleri etkileyip, kamuoyu oluşturma, gündem belirleme gücüne sahip kitle iletişim araçlarının maddi veya siyasi güç odaklarının etkisine girmesi bir tehlike oluştururken, etki altına girdikleri güçleri de etkileme becerisine sahip olması çifte tehlike gibi görünmektedir.

## **A) HABER KAVRAMI VE GAZETECİ SORUMLULUĞU**

Eğlendirme, haber verme, denetim, eleştiri, kamuoyunu oluşturma ve devlet örgütü ve anayasal toplum yapısı içindeki görevlerini yerine getirirken önemli bir detay olarak haber kavramı ile karşı karşıya kalmaktadır. Kimilerine göre haber, yeni, gerçeklerle ilgili doğru, anlaşılır veya ilginç bilgilerdir.(Paul ve Rauge, 2000:40)

Haberde var olması beklenen temel özellikler ve habere değer katan unsurlar; Önem (Başbakan'ın ölümü / Savaş) İlginçlik (İki başlı bebek) Zamanlama (Ay tutulması) Yakınlık-ilinti (Komşu kentte işlenen seri cinayetler) Duygusallık (Yeni doğmuş bebeğin cami avlusuna bırakılması/ölüm/evlenme) Tekrarlanma (Kentte sık sık meydana gelen araba hırsızlıkları) Çok sayıda kişiyi ilgilendirme (Seçim sonuçları / Askere alınacak gençler ile ilgili duyurular / Okulların tatil edilmesi / Kentte inşa edilecek yeni kültür merkezinin yeri üzerine tartışmalar / Televizyondaki bazı programların çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri / Kentin içme sularının kirlenmiş olması / Fırtınanın, karın yaklaşıyor olması) En büyük olmak (Kentin en yaşlı insanı) İlk olmak (Yılın ilk bebeği) Tek olmak (Bölgedeki tek doktor) Meşhur olmak (Ajda Pekkan'ın kente gelişi) Merak uyandırmak (Yeniden deprem olur mu?) olayları, durum ve davranışları anlamlı hale getirmektedir. Haber yeni oluşan veya tekrar oluşan olaylar hakkında olabilir. Haber sistematik değildir ve yorum haberde yer almaz. Haber çabuk eskir, dayanıksızdır. Haber ilginç, beklenmeyen türden olmalıdır. Haber olaydan önce verilebilir.(Yüksel ve Gürcan, 2001:60)

Kamuoyunu oluşturup, kamuyu bilgilendiren medya, haberi sunarken habere birtakım değerler yüklemelidir ki haber okunsun, izlensin. Haberciliğin dayandığı temel ilkeler olmaksızın haberin hedef kitleye ulaştırılması ve kabul görmesi mümkün görünmemektedir. Haberin unsurları olan bu ilkeler yardımıyla muhabir, haberini gerçek olaylar, durumlar ve açıklamalar üzerine kurmak zorundadır. Olayları, durumları ve açıklamaları bir araya getirirken bazı sorular sorar. Bu sorular gazetecilikte 5N+1K olarak nitelendirilir. Ne? Nerede? Ne zaman? Nasıl? Neden? Kim? (<http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm> Haber ve Habercilik 30.03.2001)

Genelde bir kurum veya organizasyon tarafından uzaktaki, geniş kitlelere iletileri ulaştırmaya çalışan kitle iletişim araçlarının topluluklarla, aynı anda iletişim kurabilmesi, bu amaca uygun teknolojik ortamlara sahip olabilmekle mümkün olmaktadır.(Yüksel, 2001:5) Bu amaç doğrultusunda habere değer katan unsurlar gerçeklik (doğruluk), yenilik (güncellik), ilginçlik (ilgi uyandırma), önemlilik, anlaşılabilirlik, kamu yararı, kanıyla anlatım arasındaki düşünsel bağ, eleştiri, haber ve yorumda tarafsızlık, yansızlık, bağımsızlık, kişilik hakları ve özel yaşama saygıdır.(Girgin, 2004: 68-69)

## **B) KİŞİLİK HAKLARI VE BASINDA SORUMLULUK**

Kişilik haklarına saldırı bugün çoğu demokratik ülkelerin ortak noktası durumuna gelmiştir. T.C. Anayasası’nın 26.maddesinde basın görevi özgür ortamlarda yukarıdaki gibi sıralanmakla birlikte, aynı yasanın 28. maddesinde kişilik hak ve şeref-haysiyetinin korunması amaçlı olarak da haber verme özgürlüklerine sınırlamalar getirilmektedir.(Dural, 1995: 127-130)

Bilgilenmenin en üst düzeyde bir kişilik hakkı olduğunu söyleyen Çetin Özek’e göre; bugün basın, maddi çıkarlar, siyasi güç ve reyting amacıyla kişilik haklarına saldırmakta, haber değerini ortadan kaldırarak bilgilenme sürecini olumsuz yönde etkilemektedir. Kışkırtma, gizli dinleme ve görüntüleme yöntemleriyle verilen haberler insan haklarına ve özel hayata müdahaleyi gündeme getirmektedir. Haber verilmeyip haber yaratılmaktadır.(Özek, 1996: 61)

Görevi toplum çıkarlarını ilgilendiren konularda halkı bilgilendirip kamuoyu oluşturmak olan medya haberi verirken eleştiri de yapmak durumundadır. Ancak bu yorumlar kişinin şeref ve haysiyetine, özel hayatına, gizlilik alanına, mesleki itibarına zarar verebilir. Bu durumda, kişilik hakları basın özgürlüğü ile karşı karşıya kalmaktadır. Medyada açıklanan olayın gerçek olması, uygun bir amaca, uygun araçla hizmet etmesi, haberin her yönüyle aktarılması gibi durumlarda basın sorumlu tutulmamaktadır. Kitle iletişim araçlarının fiziksel ve kar amaçlı durdurulamayan yükselişi ve etkileri karşısında güçsüz kalan kişinin korunması gereği daha çok benimsenmektedir.(Öngören, 1996: 26-27)

Medya haberlerinde eleştiri sınırlarını saldırı değil de tüm metinde haberi yazanın fikirlerinin verilmesi şeklinde belirlerse, kitle iletişim aracı amaca uygun ve uygun araçla hizmet ettiği, kamu yararı taşıdığı için kişi haklarına saldırdığı eleştirilerinden kurtulabilecektir.(Dural, 1995: 128-130)

Medya da kişilik haklarına saldırı, kamu yararı kitle iletişim araçlarının haber verme, kamuoyunu bilgilendirme gibi kavramların gündeme taşınmasındaki temel nokta; güç noktaları haline gelmiş, maddi ve siyasi yönden gündemi elinde tutan medya patronları veya tekeller olmaktadır. Kapitalist sistemlerin var olduğu toplumlarda her endüstri alanında olduğu gibi iletişim endüstrisinde de bulunan rekabet ortamı, kâr amacı kitle iletişim araçları ve sahiplerinde; gündemi elinde tutma, belirleme ve kâr etme amaçlı olarak tirajları yükseltme hedefini de yaratmıştır. Amaç para, ekonomik ve siyasi gücü de etkisi altına almak olunca aynı zihniyet çalışanlara da aktararak medya çalışanlarından benzer davranışlarla habere yaklaşmaları istenmektedir. Böylece günlük, dikkat çekici, sansasyon, haberlerle kamuoyunu istedikleri yönde etkileme ve tirajlarını yükseltme hedeflerine ulaşmaktadırlar.

Kamu yararı, doğru haber, kişilik hakları, özel hayat, tiraj, ekonomik, siyasi güç gibi kavramlardan hareketle var olan aksaklıkların giderilmesi için hukuk düzeninin kurallarının yanısıra meslek örgütleri ve etik ilkelerle, kınama gibi birtakım mesleki yaptırımlar gündeme gelmektedir.

### **C) BASINDA TEKELLEŞME VE TİRAJA BAKIŞ**

Cumhuriyet döneminde basının gelişimini belirleyen siyasal otorite denetimleri 1931 basın yasası ile hükümete ters düşen yayınları yasaklama yetkisi, gazete kağıdı üzerindeki denetim basını bağımlı kılmıştır. Bununla birlikte ancak II. Dünya Savaşından sonra değişime uğrayan, tekeller durumundaki ajansların, uluslararası haber örgütlerinin haberlerini istediği biçimde ülkeye yansıtması, genel ekonomik sıkıntılar, ulaşım sorunları, okur yazarlık oranının azlığı, gazete sahipliği ile başyazar kimliği ikilemeleri, gazeteci haklarının henüz önemsenmemesi basının diğer bağımlılıkları olmuştur. 1946 ve 50 sonrası durum basın lehinde değişmeden, yeni siyasi partinin değişmesiyle basına baskılar, gazeteci yargılamaları, hapis vakaları ile devam etmiştir. 1960 sonrası en önemli yenilik ve basının , var olan hukuk düzeni ve kuralları dışındaki bir güç unsuru olarak Basın İlan Kurumu kurulmuştur. Böylece siyasi iktidarların reklam ve ilan pastasından pay almadaki keyfiliğe bir ölçüt getirilmiştir.(Topuz, 1989: 58-59)

Bugün ülke basınında ve her alanda karşılaşılan genel tekelleşme eğilimlerinde olduğu gibi medya ve basın alanında yaşanan ve ekonomik şartların ortaya çıkardığı tekeller; düşünme, düşündüğünü ifade etme özgürlüğüne sınırlamalar getirmektedir. Kamuyu etkileme ve kamuoyu yaratma, gündem belirleme, tek sesliliği önerme, düşünceyi sınırlama gibi

sorunlarla baş edebilmek için meslek örgütleri ve sendikalar ulusal ve uluslar arası boyutta birtakım düzenlemeler getirmektedir.

#### **IV) BASINDA HUKUKİ DÜZENLEMELER VE MESLEK ÖRGÜTLERİ**

İletişim alanı düzenleyen hukuk alanındaki yasalar; Basın Kanunu, Radyo ve Televizyon Kuruluşları ile Yayınları Hakkında Kanun, TRT Kanunu, Türk Ceza Kanunundaki kimi ilgili hükümlerinden oluşmaktadır. 2004 yılında kabul edilen ve Avrupa Birliği Uyum Sürecindeki önemli düzenlemelerden birisi de yeni Basın Kanunudur. 1950 yılından bu yana yürürlükte olan eski basın kanunu yeni kanunla değişikliğe uğramış, 1882 Anayasasında yer alan Basın Özgürlüğü Kavramı ilk defa medya alanını düzenleyen bir yasa ile alınmıştır.

Bununla birlikte uluslararası platformda düşünceyi açıklayıp yayma hakkı; Birleşik Devletler Bağımsızlık Bildirgesi, İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ile Medeni ve Siyasal Haklara İlişkin sözleşmelerde de yer almaktadır. Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlükleri Koruma Sözleşmesinde AİHS olduğu gibi Birleşmiş Milletlerce de kabul edilen Medeni ve Siyasi Haklar veya Anayasamızdaki kişi hakları ve siyasi haklar ile de iletişim özgürlüğünün sağlanması ihtiyacı, ortaya konulurken aynı zamanda da bu özgürlüğün kullanımının da sınırsız olmadığı bu düzenlemeler içinde yer almaktadır.

AİHS 10. maddesine göre de herkes düşünme ve düşündüğünü ifade etme özgürlüğüne sahiptir. Bu hak; fikir ve bilgi sahibi olma, herhangi bir kısıtlama olmaksızın her tür bilgiye ulaşma, elde etme, elde edilen bilginin yorumlanması, başkasına aktarılması gibi özgürlükleri içermektedir.(Banar ve Günaydın, 2005: 49-60) Bunların yanı sıra ifade özgürlüğü kapsamında ulusal düzeyde bu hakkın kullanımı ve doğabilecek kişilik hakları ihlallerine hukuksal olmayan çözümler ve yaptırımlar getirebilecek olan örgütleri ise; Basın Konseyi, Türkiye Gazeteciler Sendikası, Çağdaş Gazeteciler Derneği, Ekonomi Muhabirleri Derneği, Foto Muhabirleri Derneği, Güneydoğu Gazeteciler Cemiyeti, Gazeteciler Meclisi Girişimi, Uğur Mumcu Araştırma Gazetecilik Vakfı, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti olarak sıralamak mümkündür.

## **A) BASIN İLAN KURUMU**

Ulusal düzeyde alana birtakım düzenlemeler getirmeyi amaçlayan Basın İlan Kurumu 7 maddeden oluşan Basın Ahlak Esasları Hakkındaki Genel Kurul Kararını 1994 de uygulamaya sokmuştur. Gazeteciliği bir kamu görevi olarak tanımlayan kurulun temel ilkeleri arasında gazetecinin kişisel çıkar ve ahlaka aykırı amaçlar için kullanılmayacağı, haberde çarpıtma, doğruluğu kanıtlanmamış haberi yayınlamayacağı gibi maddeler yer almaktadır.

Bu hizmetin görülmesinde Basın Ahlak Esasları'na uyulması ilkesi kabul edilmiştir. Bu ilkeler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır: Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü ve Atatürk ilke ve inkılabları ve aleyhine yayın yapılamaz, haberler hukuka aykırı yollardan elde edilemez ve yayılanamaz, hiç kimse, suçlu olduğu kesin yargı kararıyla belirtilmedikçe suçlu olarak ilân edilemez; suça tahrik veya teşvik edecek ve suç ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz, şiddet ve terörü özendirerek; uyuşturucu maddeler ve her türlü örgüt suçları ile mücadeleyi etkisiz kılacak yayın yapılamaz, küçüklerin ve gençlerin toplum içinde, kişiliklerinin gelişmesini ve korunmasını olumsuz etkileyecek veya onlara yönelik cinsel tacize teşvik eden ve şiddeti özendiren yayın yapılamaz, kadın-erkek ayrımcılığını öngören, kadını sadece bir "cinsel nesne" olarak gösteren yayınlar yapılamaz, cevap ve düzeltme metinlerini, geniş şekilde, en kısa zamanda yayınlar, gazete veya dergiler kadro, baskı, dağıtım veya fiili satış miktarı konusunda yanlış veya yanıltıcı bilgi veremez, ahlaka aykırı yayın yapılamaz, yayınlarda, eleştiri sınırlarını aşan aşağılayıcı sözcükler kullanılamaz; hakaret, iftira edilemez, kamu yararını yoksa bireylerin özel hayatlarının gizliliği ve din ihlal edilemez, yayınlarda hiç kimse ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları sebebiyle kınanamaz, aşağılanamaz, vicdan, düşünce ve anlatım özgürlüklerini hukuka aykırı şekilde sınırlayıcı, sarsıcı veya incitici yayın yapılamaz, haber başlıklarında, haberin içeriği saptırılamaz ve çelişki yaratılamaz, gazeteci, kaynaklarının sırların gizliliğini korur ve ilan veya reklam niteliğindeki haber, resim ve yazıların, tereddüte yer bırakmayacak şekilde ilan veya reklam olduğunu belirtir .(30 Kasım 1994 tarihli Resmi Gazete)

## **B) ULUSLARARASI GAZETECİLER FEDERASYONU (FIJ-IFJ)**

Haber ve bilgiyi toplayan, yayımlayan, dağıtan ve yorum yapan ve olayları açıklayan gazetecilerin mesleki tavırlarının standartlarını belirleyen uluslararası bir deklarasyon da, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu (FIJ-IFJ) tarafından onaylanmıştır. Gazetecinin ilk görevi doğruya ve kamunun doğruyu bilmesine saygılı olmaktır. Görev sırasında tarafsız yorum ve



eleştiri hakkını ve haberin dürüst toplanması ve basımında özgürlük ilkesini her zaman savunmak durumundadır. Gazeteci sadece gerçeklere uygun haber vermek temel bilgiyi saklamamak ve belgeyi tahrif etmemekle yükümlüdür. Haber ve belge toplamakta dürüst yöntemler kullanmak durumundadır. Gazeteci, güvence vererek elde edilmiş bilginin kaynağına ilişkin mesleki gizliliğe uyararak iletişim araçları ile artırılan ayrımcılık tehlikesinin farkında olmalı ve toplumsal, ulusal, siyasi ve diğer görüşlere, din, dil, ırk, cinsiyete dayalı ayrımcılığa olanak sağlanmasından kaçınmakla sorumlu kılınmıştır. Basın çalışanı haber çalma (intihal), -Kötü niyetli yanlış açıklamalar, -İftira, onur kırıcı yayın, temelsiz suçlama, -Yayın ya da baskı yapma bağlamında herhangi bir biçimde rüşvet kabul etme fiillerini ciddi mesleki hatalar olarak ele almalıdır. Bu ada layık olan gazeteciler, yukarıda belirtilen ilkelere sadık kalmayı görev bilirler. Her ülkenin genel kanunları çerçevesinde, gazeteciler profesyonel konularda sadece meslektaşlarının yargılarını kabul ederler ve yönetim veya diğer yerlerden gelecek müdahaleleri kabul etmezler.

### **C) EKONOMİ MUHABİRLERİ DERNEĞİ (EMD)**

Ekonomi Muhabirleri Derneği tarafından EMD etik ilkeleri kabul edilmiş ve insan evrensel bir varlık, gerçek bir gazeteci ise barış, demokrasi, insan hakları, toplumsal gelişme ve ulusal kurtuluş mücadeleleri gibi evrensel insani değerleri savunan ve herbir kültürün değerlerine saygı gösteren bir çalışan olarak ele alınmıştır. Evrensel insani değerlere etik bağlılık; gazetecilerin savaş kışkırtıcılığı yapma, silahlanma yarışını destekleme, şiddeti övme, ırkçılık yapma, baskıcı rejimleri destekleme ve benzeri etkinliklerden kaçınmalarını gerektirmektedir. Gazetecinin sağladığı enformasyon toplumsal bir değerdir. Gazetecinin toplumsal sorumluluğu etik bilince uygun hareket etmesini gerektirmektedir. Gazetecinin en önemli görevi, gerçeklere bağlı kalarak, olguları, olayları dürüstçe aktararak, olayları çarpıtmadan vererek, insanların doğru ve gerçek bilgi edinme hakkına hizmet etmektir. Bir gazetecinin görevini yaparken uluslararası anlaşmalarda, bildirgelerde ve kararlarda yer alan hükümlerden haberdar olması, meslek etiğinin bir gereğidir.

EMD üyeleri mesleğini yaparken hem bu ilkelere uymakla ayrıca FİJ IFJ tarafından da benzer maddelerin benimsendiği şu ahlaki hataları yapmamakla sorumlu tutulmaktadır: EMD üyesi haber hırsızlığı yapamaz, borsalarda portföy yönetemez, hediye kabul edemez, kamu yararı gerektirmedikçe, yayınlanması istenmeyen haberleri yayınlamayamaz, gazeteci kimliği ile iş takibi yapamaz, ilan ve reklam niteliğinde haber yaparsa işin niteliğini belirtir, haberinde hiçbir görüşünü empoze etmez, gerçeği çarpıtamaz, haber ve yorumlarda, kişi ve kurumları hedef alan çirkin, kaba

ve onur kırıcı kelime ve ifadeler kullanamaz, cevap ve düzeltme hakkına sahip çıkar, meslektaşının kötü muamele, haksız yere gözaltı, yargılanma vb. olaylarla karşı karşıya kalması halinde onu destekler. (<http://www.emd.org.tr/etik.htm>. Profesyonel Gazetecilikte Etiğin...1983)

## **D) YENİ EVRENSEL HABERCİLİK VE İLETİŞİM DÜZENİ (YEHİD)**

YEHİD, ne hukuki bir yaptırımı olan bir anlaşmadır, ne de doğrudan UNESCO'nun resmi organlarının ortaya attığı bir yaklaşımdır. 1970'li yıllarda iletişim olgusunun önem kazanmasıyla Üçüncü Dünya ülkelerinin tepkileri sonucu oluşan bir bütündür. Bu bakımdan, Mayıs 1974'te Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda ortaya atılmış olan "Uluslararası Yeni Ekonomik Düzen" kavramı ile bir bağı bulunmaktadır. YEHİD'e ilişkin en önemli dönemeç noktalarından biri de McBride Komisyonu Raporu'dur. Sean McBride'in başkanlığındaki bu komisyon 1979'da yeni bir uluslararası iletişim düzenine gerek olduğunu vurgulayan bir rapor hazırlamış McBride Raporu, gelişmiş ülkelerin iletişim çevrelerinde olumsuz yankılar uyandırırken, azgelişmiş ülkelere tam bir destek bulmuştur. UNESCO Genel Müdürüne yeni bir evrensel iletişim düzeninin kurulması için pratik öneriler formüle edecek araştırmaları başlatması için yetki vermiştir. Bu kararlar, YEHİD kavramının içeriğinin belirginleşmesi yolunda önemli bir adım atılmış olmuştur. Kararda, yeni iletişim düzeninin ilkeleri kısaca şöyle belirlenmiştir: İletişim araçlarında ve haber dolaşımındaki eşitsizliklerin kaldırılması, tekellerin olumsuz etkilerinin kaldırılması, fikirlerin geniş ve dengeli yayımını engelleyecek öğelerin yok edilmesi, Öğrenme kaynak ve kanallarında çoğulculuk, basın ve öğrenme özgürlüğü, medya çalışanlarının sorumluluklarından ve özgürlükleri, gelişen ülkelerin iletişim araçlarının ülke ihtiyaçlarını karşılayacak duruma getirilmesi, Gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere yardım etme iteğinde olmaları, her ulusun dünya kamuoyunu kendileri konusunda aydınlatabilmesi hakkına saygı, tüm halkların eşitlik, adalet kapsamında uluslararası bilgi alışverişine katılma hakkına saygı ve kamunun bilgi kaynaklarına ulaşma ve iletişim sürecine katılma hakkına saygı.

Bu ilkelere karşın batıdaki medya da Körfez savaşı sırasında ve sonrasında tek yönlü ve taraflı haber bombardımanına giderken batı'da olduğu gibi bizim ülkemizde de her şeyi eleştirenler suskun kalmışlardır. Batılı medyaların Körfez savaşında ortaya koydukları üstünlük, öncelik tartışmaları aynı zamanda insanlığın ortak ahlaki değerleri ile ilgili üzerinde durulması gereken bir sorunu olduğu gerçeğini de ortaya çıkarmıştır.

Genel olarak medyaların işleyişlerine yön veren anlayıştan kaynaklanabilecek çok ciddi ahlaki sorunları Körfez savaşı haberciliğinin oluşturduğu etkili örneğe rağmen kimilerimiz görmüyor ya da görsek de sessiz kalıyorsak; tavır alınmasının temelinde yalnızca siyasal taktik ve stratejileri koymamızdan ileri geliyor olsa gerektir. Tepkimiz insanlığın ortak ahlaki değerlerinden yola çıkıyorsa; “gerçeğe saygı” ile “insanlık onuru”muz eşleştirdiysek, herhangi bir siyaset adına ya da yüzünden değil, salt insanlık onurumuz adına suskunlaşmamalıyız. (<http://www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler23.htm>. Medyakronik Akademi Makaleler)

## SONUÇ

Sonuç olarak bugünkü anlamına yakın unsurlar taşıyan kapsamdaki medya var olma çabaları ile başlayan serüvenine ifade özgürlüğü, basın özgürlüğü ve yüzyıla damgasını vuran ve her alanda olduğu gibi basın sektöründe de yaşanan etik sorunlarla mücadele ederek devam etmektedir.

Günümüz medyasında önemli yere sahip basın sektörü bireysel anlamda olduğu kadar küçükten büyüğe kadar toplumsal anlamda da geniş kitleler üzerinde etkili rol oynamaktadır. İster toplumsal bir uğraş isterse kar amaçlı kuruluşlar gibi görünseler bile basın sektörü, iletişim şemasındaki yerini çok farklı ihtiyaçlara cevap olabilecek güçde almış durumdadır. Kişilere her uzaklıktaki mesafelerden bilgi aktaran, çevrede olup bitenden haberdar eden, sorunları aktaran, bu sorunlara cevaplar üretmeye çalışan, eğiten, eğlendiren medya asli görevini aksatmamak durumundadır. Kamuoyunu ulusal çıkarlar ve ilgili konularda bilgilendirerek bilinçli, eğitilmiş, ayakları sıkıca yere basan bir kamuoyu yaratmak, halkın bilgilendirilmesinde fayda olan konularda kitlelerin gözü kulağı olmak, doğru habere legal yollardan ulaşım yorum yapmadan aktarmak basının en temel görevleri arasında bulunmaktadır.

Ancak daha önce de bahsedilen ve günümüz medyasının en temel sorunlarından olan ifade özgürlüğü; basın sektöründe yaşanan patron merkezli yönetim tarzı, yüksek kar hedefleri, tiraj artırma çabaları, tekelleşme, ekonomik, dolayısıyla siyasi gücü elinde bulundurarak gündem belirleme politikaları ile basın özgürlüğü kavramları etik düşünme yaklaşımlarıyla çatışmaktadır. Medya ve bir alt dalı olarak basın sektöründe yapılan haberlerde, habere konu olan kişilerin özel hayatlarına müdahale, kişilik haklarına saldırı, yalan haber, şeref ve haysiyeti küçük düşürücü durumlar söz konusu olduğunda konu adaletle intikal etmektedir. Kişilik hakları ile ifade özgürlüğünün karşı karşıya kaldığı durumlarda hukuk

kuralları işlerlik kazansa bile kimi zaman kurum içi yaptırımlar daha da etkili olabilmektedir. Ancak var olan basın meslek ilkelerinin yaptırım gücü ile mevcut sistemde başta bulunan patronlar, yöneticiler ve yönetim felsefesi arasında ölçülebilir ve anlamlı bir orantı bulmak mümkün görünmemektedir. Patron baskıları, işten çıkarılma kaygıları bir tarafa bırakıldığında basın çalışanı; mesleğin gereklerine uygun şekilde, kitlelerin gözü kulağı olmak, var olan basın meslek ilkelerini göz önünde bulundurmamak, halkın doğru, gerçek haber alma hakkının bulunduğunu unutmamak durumundadır. Basın çalışanı bir doktor veya hukukçu gibi okuldan mezun olurken şerefleri üzerine yemin etmeseler bile, hukuki yaptırımlardan korkarak değil kendi özgür iradeleri ve etik kodların kendilerinde hissedecekleri manevi boyuttaki yaptırımlarını dikkate almalıdırlar. Aslında ister basın mesleğinin okulunda okumuş olsunlar isterse alaylı olsunlar doğru haber, habercilik ilkelerine uygun haber yapılması durumunda ne kişilik hakları ile ifade özgürlüğü ve etik karşı karşıya kalacak ne de olaylar hukukun ve meslek ilkelerinin çözümünü bekleyen sorunsal adli olaylar haline gelecektir.

## KAYNAKÇA

- BANAR Seçil, Barış GÜNAYDIN, “The Evaluation of The New Turkish Pres Law in Terms of The Freedom Expression” (“İfade Özgürlüğü Açısından Yeni Türk Basın Kanununun Değerlendirilmesi”), *Communication in the Millennium, 3rd.International Symposium*, In Cooperation with University of Texas Austin (U.S.A), Anadolu University (Turkey), İstanbul Univrsity (Turkey), May 11-13 2005 s.49-60
- BÜLBÜL A.Rıdvan, *İletişim ve Etik*, İletişim Kitapları 2.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No:114, Ankara 2001, sf.2; Ersan İLAL, *Yığınsal İletişim Araçları*, Der yayınları, İstanbul 1991, s.9
- DURAL, Mustafa, *Türk Medeni Hukukunda Gerçek Kişiler* , Dördüncü Basım, İstanbul; Filiz Kitabevi, 2995, s.128-130
- GİRGİN Atilla, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik’i*, İnkılap Kitapevi, Ankara, Ekim 2004, s.78-79
- İÇEL Kayıhan, *Kitle İletişim Haberleşme Hukuku*, Basın Radyo-Televizyon Sinema İnternet 5.Baskı, Beta Basım yayın No:256, Hukuk Dizisi:125, İstanbul, Kasım 2001, s.12-14
- İRVAN Süleyman, *Medya Kültür Siyaset*, Der:2.Baskı, Alp yayınevi, Ankara 2002, s.186.
- ÖZEK Çetin, “Bireyin Kişilik Hakkı”, *Basın Kendini Sorguluyor, Paneller Dizisi-Medya ve Kişilik Hakları*, Türk Gazeteciler Cemiyeti Yayınları:43, , 10 Nisan 1995 Pazartesi, İstanbul 1996, s.61
- ÖNGÖREN Gürsel, *Televizyon ve Radyoda Kişilik Haklarına Saldırılara Karşı Hukuki Başvuru Yolları*, İstanbul: Der Yayınları no: 179, 1996 s.26-27
- PAUL Wolf Schneider, Josef RAUE, *Gazetecinin El Kitabı*, Konrad Adenaver Vakfı, Çev.:Işık Aygün, Ofset Baskı, Ankara 2000, s.40

RİGEL Nurdağın, *Haber, Çocuk ve Şiddet*, Üretim Kitle İletişimi ve Tüketim Sürecinde Haberin İncelenmesi, Der Yayınları, Eren Ofset, İstanbul 1995, s.148-151

TOPUZ Hıfzı, Korkmaz ALEMDAR, Raşit KAYA, Oktay KURTBÖKE ve Nalan ÖRKİ *Basında Tekelleşmeler İLAD İletişim Araştırmaları Derneği*

TÜSES VE İLAD ortak yayını Mozaik Basım İstanbul 1989 sf 58-59

YÜKSEL Erkan, *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Çizgi Kitabevi Yayınları, 40, Çizgi İletişim Bilim 4, 1.Baskı, Aralık 2001, Konya, s.4

YÜKSEL Erkan, Halil İbrahim GÜRCAN, *Habercinin El Rehberi Soru ve Örneklerle Haber Toplama ve Yazma Kural ve Teknikleri*, T.C. A.Ü. Yayınları, No:1263, İ.B.F. yayınları No:42, Eskişehir 2001, s.60

YÜKSEL Haluk, Uğur DEMİRAY; *Basının Toplumsal İletişimdeki İşlevleri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 1998, s.43

<http://www.medyakronik.com/akademi/makaleler/makaleler23.htm>  
*Medyakronik Akademi Makaleler*, "Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar" Aydın Uğur, Birikim Dergisi, Mayıs 1991, Sayı 25'te.

<http://www.emd.org.tr/etik.htm>. 1983 yılında yayımlanan *Profesyonel Gazetecilikte Etiğin Uluslararası İlkeleri* Metni'nden.

<http://www.bianet.org/diger/egitim1466.htm> *Haber ve Habercilik*  
30.03.2001 Alper GÖRMÜŞ BİA Haber nedir?

Resmi Gazete'nin 30 Kasım 1994 tarihli sayısında yayımlanarak yürürlüğe giren Basın İlan Kurumu Genel Kurulu'nun 18 Kasım 1994 tarihinde aldığı 129 numaralı karar