

## HABER YAPMA SÜRECİNİN BELİRLEYİCİ UNSURLARI VE BASIN AHLAKI

Deniz Kılıç\*

### ÖZET

*Çalışma, gazetecilerin habercilik görevlerini yerine getirirken haberin toplanmasından yayınlanmasına kadar geçen editoryal süreçte haber içeriklerine etki eden unsurları ortaya koymaktadır. Haber içerikleri üzerinde belirleyici unsurlar olarak "medya çalışanları, ideolojinin her düzeydeki etkisi, kurumsal etkiler, haber hazırlamanın rutin düzeninden kaynaklanan etkiler, örgüt dışından gelen etkiler" incelenmiştir. Ayrıca birer işletme olan medya kuruluşlarının üzerindeki ticari baskı haber içerikleri üzerindeki reklam-ilan etkisi, okur beklentisi açıkça yer almaktadır. Bütün bunlarla birlikte büyük sermayenin medyanın işletmelerine akması ile medyanın kamusal görevi basın kuruluşlarının ticari niteliğinin gerisinde kalmıştır. Bu nedenle gazetecilerin basın meslek ilkelerine uygun davranışları göstermeleri konusunda yoğun hassasiyetler oluşmuştur. Özellikle gazetecilerden halkın haber alma özgürlüğü için çalışırken bireylere ve topluma karşı sorumluluk içinde olmaları, meslek ahlaki ve gazetecilik meslek ilkelerine uymaları beklenmektedir. Çalışmada editoryal süreç içinde gazetecilerden beklenen azami sorumlulukların dışında, haberlere doğrudan ya da dolaylı etki eden unsurların gözardı edilmemesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Buradan hareketle TBMM'de görev yapan parlamento muhabirleriyle gerçekleştirilen sormacadan elde edilen veriler doğrultusunda muhabirlerin haber yapma süreci içinde haber içerikleri üzerinde doğrudan etkisi olan unsurlar "genel yayın politikası ile basın kuruluşunun gazeteciler üzerinde oluşturduğu baskılar ve ideolojik yanlılık" olarak yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda halkın haber alma hakkının sadece gazetecilere yüklenen sorumluluklar ile meslek ahlaki ve gazetecilik meslek ilkeleri ile güvence altına alınamayacağı açıklanmaya çalışılarak haber içeriklerini etkileyen etmenlerden hareketle haber alma özgürlüğünü kısıtlayan sorunların çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur. Anahtar sözcükler: Basın, parlamento muhabiri, basın ahlaki.*

### ABSTRACT

*This study underlines the elements which effects contents of news during the editorial process when journalists complete their mission from gathering news to publishing the gathered ones. "Media crew, the effect of ideology on every level, institutional effects, effects arise from routine foration of preparing news, effetcs from outside of the organization" will be examined as the elements of content of news. In addition, if media institutions thought as business based companies, advertisemet-announcement effect, audience expectationsas components of economic pressure on media institutions are important points on the issue. In addition to all these, it is obvious that with the flow of huge capitals to the media companies, the public role of the media became more fluent and take a new place on the back of commercial characteristics. As a result, a great sensitivity emerged on the issue of journalist's acting parallel to the press profession principals. Especially, the expectation morphed to have a responsibility while working for freedom of being informed of public and to stick the rules of profession morals and journalism profession principals. In the study, the necessity of not to discard the direct or indirect notions which effects news is underlined by paying enough attention to the expectation of maximum responsibilities of journalists during the editorial process. If all these are taken as a starting point, the elemets which has a direct role during the "news making" process can be summarizes as "general publishing policy, ideological tendencies and the pressure made by media institution on the journalists" by simplifying the data taken from a survey which studied on congressional reporters of TBMM. In this framework, it is tried to be explained that the right of being informed could not be guarenteed by the responsibilities of journalists and profession morality and journalism profession principles and advisory solutions are presented to solve the problems which constrains the freedom of being informed coming from the elements which effect the content of news.*

*Keywords: Press, congressional reporter, press ethics*

### GİRİŞ

---

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

Basının temel görevi, insanlara çevrelerinde gelişen olayları en kısa zamanda ve doğru bir şekilde iletmektir. Bununla birlikte basın, halkın bilgilendirilmesi, aydınlatılması ve hatta etki altına alınmasında önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bu nedenle siyasi ve ekonomik iktidar basının sayısal bakımdan en geniş kitleye en fazla bilgiyi gönderebilme kapasitesinden kaynaklanan bu gücünü yanına çekmeye, bu gücü elde etmeye, en azından etkilemeye çalışmaktadır. Bireyin kendi başına düşünmesini ve karar almasını sağlayacak bilgi akışının engellenmesi, değiştirilmesi, bozulması özellikle çoğulcu parlamenter sisteme dayalı demokrasilerde sistemin sağlıklı işleyişini bozarak siyasal alanda vatandaşlarca yapılacak tercihleri yanlış yönlendirecektir. Basını tarafsızlık adına hukuk kuralları ile korumak kesinlikle mümkündür. Bununla birlikte kanunlar ile sarılmış basının hareket olanağının kısıtlanması basının özel durumundan dolayı kendi bağımsızlığı ve özgürlüğünü de engelleyebilir. Bu nedenle hem toplumsal hem de bireysel uzlaşının olduğu kurallar dizgesi ya da tercihleri bağlayıcı kılmak gerekebilir. Bu noktadan sonra belli zorunluluklar dışında bağlayıcı, yaptırım gücü yüksek yasalardan yoksun olarak basın özgürlüğünü korumaya çalışan, sadece ahlaki değerlerle hareket eden gazeteciler çağın koşullarının yarattığı sorunlardan dolayı bir dizi eleştirinin hedefi durumundadırlar.

Geçmişte bir sorumluluk, bir misyon alanı olan gazetecilik teknolojinin yeni olanaklarıyla bir kariyer alanına dönüşmüştür. Bununla birlikte medyayı daha üretken hale getiren yeni teknolojiler haberin bir mal gibi büyük kâr karşılığı alınıp satılabileceğinin keşfini gerçekleştirmiştir. Haberin ticari potansiyelinin keşfi büyük sermayenin medyaya akmasına neden olmuştur. Özellikle sermayenin gücü ve yönlendirme potansiyeli düşünüldüğünde, haberin kamusal değerini ve önemini koruyarak toplumsal çıkarlara hizmet etmesini sağlamak giderek önem kazanmıştır. Buradan hareketle geçmişten gelen sorumluluk ve görev anlayışıyla yapılacak gazetecilik, demokratik parlamenter sistemin anahtarı doğru bilgilenmiş vatandaşların sigortası olarak kabul edilebilir. Elbette bu sigortanın teminatlarını yerine getirmek gerekmektedir. Özellikle burada iki temel eksende yoğunlaşılabilir. Birincisi gazetecilerin mesleklerindeki ahlaki yeterlilikleri diğeri ise ticari niteliği

olan basın işletmelerine hem serbest rekabet ortamını sağlayan hem de karşılıklı olarak işçi-işveren ilişkisini düzenleyen, bununla birlikte okuyucu ile kurumsal olarak basın arasındaki ilişkiyi karşılıklı güvence altına alan yasalardır. Basın ahlakı konusunda gazetecilerin zaafa düşmelerini önlemek adına ifade özgürlüğünü kısıtlamayan aynı zamanda gazetecinin mesleki hakları ile kurumsal, toplumsal ve okur haklarını garanti altına alan hukuk kurallarının oluşturulması önemlidir (Kılıç 2003: 71).

Toplumsal yaşamda sürdürülebilir ahlak anlayışa sahip olmak, bireyler arasındaki sorumluluk ve yükümlülükleri açık şekilde ifade eden kurullarla gerçekleşebilir. Ahlaki değerlerdeki zayıflık toplumsal birliğe zarar verdiği gibi dağılmasına da neden olabilir. Buradan hareketle sorunun çözümü bu değerleri bireylere kavratmaya çalışmaktır. Ahlaki değerlerin kazanımı her toplumsal grup için kendine özgü bir ahlak disiplini gerektirmektedir. Toplumsal çıkarların bireyler tarafından fark edilmemesi ya da isteksizce fark edilmesinden dolayı sosyal sistemin devamı ve geleceği için kolektif çıkarları önde tutan kurullarla oluşturulmuş disipline gerek vardır. Ancak kurullar kolektif amaçlara ulaşmak için yapılacak işleri tarif etmez ise bireyin topluma karşı direnmesinin önüne geçilemez. Toplumsal ahlak kurallarının bir parçası olarak meslek ahlakının ayırt edici özelliği, kamu vicdanının meslek ahlakına gösterdiği ilgiyle ilişkili olmasıdır (İşseveroğlu 2001).

Her mesleğe özgü ahlak olmamakla birlikte ortak değerler üzerinde durulabilir. Ortak değerler, meslek ahlakının genel özellikleri ile meslek ahlakının kurulması ve işlemesi için gerekli şartları biçimlendirmektedir. Ortak değerlerle oluşturulan mesleki ahlak kurallarının bağlayıcılığı, mesleğin işlevselliği ile paralel olarak, o mesleği ve kamunun çıkarlarını korumaya yönelik ve bir kısmı meslek örgütlerine devredilmiş hukuk kurallarıyla sağlanmaktadır. Zaman içerisinde kültürel, bilimsel, ekonomik ve teknolojik gelişmeler bağlı olarak meslekler de değişime uğramaktadır. Toplumun büyük bir bölümünün meslek ahlakıyla ilgilenmemesi toplumda meslek ahlakını oluşturacak ve işlemesini sağlayacak bir takım meslek gruplarının organize olmasını gerekli kılmıştır. Meslek gruplarının hak ettiği saygınlığa ulaşması için

kendi içinde yönetilmesi, denetlenmesi ve gerektiğinde cezai müeyyidelerinin uygulanması gerekmektedir. Meslekte hayatında beklenmeyen davranışları gösterenlerin elimine edilmesi ile kalan bireylerin prestiji artacaktır (İşseveroğlu 2001). Ancak burada bir sorunla da karşılaşılabilir, özellikle yönetim zaafı yaşayacak ve siyasallaşma yoluna gidebilecek meslek örgütü ellerindeki yaptırım gücünü gazeteciler üzerinde bir baskı unsuru haline getirebilir. Meslek örgütünün iyi organize olması, vicdanlar üzerindeki ahlaki kontrolleri etkili kılacaktır. Böylece meslek ahlakı gelişecek ve saygı görecektir.

Haberin editoryal süreç içinde değişikliğe uğramasının altında yatan temel nedenleri ortaya koymak basın ahlakının nerelerde zaafa uğrayacağını, etkisiz kalacağını ve basın özgürlüğünün yasalarla nasıl korunacağını görme bakımından önemli olmaktadır.

#### **HABER YAPMA SÜRECİNİN BELİRLEYİCİ UNSURLARI**

Basın kuruluşlarında editoryal kararların alındığı, enformasyonun farklı tekniklerle yoğun işleme tabi tutulduğu yazı işlerinin, günümüz gazetecilerince, bireye ve topluma ilişkin çağın imaj ve modellerinin üretildiği bir merkez haline dönüştürülmesi konusunda gazeteciler yoğun şekilde eleştirilmektedir. Haberde neyin nasıl verildiğiyle ilgili değerlendirmelerin gazeteciler arasında öze ve biçime ilişkin birtakım teamüller haline gelmesi ve bu teamüllerin özellikle öznel tutumlar içerdikleri düşüncesiyle tartışılmasına neden olmaktadır. Genellikle bu uygulamaların mesleki, hukuki ve toplumsal ilkeleri merkez alarak değil de gazetecilerin bireysel yetenekleri ve sezgilerince belirlendiği üzerinde durulmaktadır. Yapılan çalışmalar, haber içerikleri üzerinde farklı nitelikte ve düzeydeki etmenlerin etkileri olduğunu göstermektedir. Shoemaker, Reese ve Gans, Todd Gitlin'in çalışmalarından hareketle medyanın içeriğini etkileyen beş ana kategori öne sürmüştür (Severin ve Tankard 1994: 394-395). İletişim alanında çalışanların özellikleri, kişisel ve mesleki birikimleri, kişisel tutumları ve mesleki rolleri "**medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler**" altında sınıflanmaktadır. Zamana karşı yarıştan kaynaklanan kısıtlılık, yayındaki yer gereklilikleri, haber yazımının

basamaklı yapısı, haber değerleri, tarafsızlık ve muhabirlerin resmi kaynaklara bağlılıkları "**medyanın tekdüzeliklerinden kaynaklanan etkiler**" olarak incelenirken, temelde bir ticari işletme olan medya kuruluşlarının bu özelliklerinden dolayı içerik üzerinde "**örgütsel etkiler**"inden söz edilmektedir. Çıkar gruplarının belli bir içerik için lobi (ya da karşı lobi) yapmaları, medyanın kapsamına girebilmek için olaylar yaratmaları ya da iftira ve müstehcenlikle ilgili yasalarla doğrudan içeriği düzenleyen hükümetler "**medya örgütleri dışından gelen etkiler**" ile medyanın faaliyet gösterdiği ortamda egemen olan "**ideolojinin yarattığı etki**" medyanın kapsamını çeşitli yönlerle etkilemekte ve bu beş ana kategoriyi oluşturmaktadırlar

Muhabir, editör, haber müdürü, genel yayın yönetmeni, yazı işleri müdürü iletişim sürecinde işin mutfağında yer alırken, medya organizasyonu içerisinde iletileri seçen, değiştiren, reddeden ve bu yolla da bir alıcı veya alıcılar grubuna enformasyon akışını engelleyen kanal tutucu rolünü de üstlenmektedirler. Edibe Sözen (1997: 38-40), ekonomik şartları, yasal sınırlamaları, bir haberin bitirileceği son anın yarattığı baskı ve sınırlamaları, kişisel ve mesleki ahlakı, medya kuruluşları arasındaki rekabeti, haber değeri ve geri beslemeyi kanal tutucuların tercihlerini etkileyen yedi değişken olarak ifade etmiştir.

Haber yapılmaya değer konuların seçiminde gazetecilerin yetişme, ilgi, eğitim ve genel kültür donanımları gibi etmenlerin tümü etkili olmaktadır. Yargısal olarak haberin ne olduğu konusunda tam bir kesinlik söz konusu olmakla birlikte bu konuda hüküm vermeyi etkileyen etmenlerin yanı sıra haber içeriğinin oluşturulma sürecine bakmak gerekmektedir. Bu konuda bir başka sınıflama yine benzer noktalardan hareketle yapılmıştır. Bu sınıflamada ise haber kararları üzerinde "olay/konu", "gazeteci", "kurumsal organizasyon" ve "dış etmenler" etkilidirler (Herbert 2000).

**Olay/Konu merkezli:** Olayların gerçekliği tamamen ve özünü bozmaksızın kitle iletişim araçları ile okuyucu, dinleyici ve izleyicilere taşınması düşüncesi "Ayna Yaklaşımı" altında verilmektedir. Haberin toplumun aynası olarak görüldüğü bu yaklaşımda haber içeriği tama-

men gerçeği, aynanın gerçekliğini yansıtmakta haber içeriği medyaya bilgi verenler ile konuyu haber olarak seçenler arasında dengelenmektedir.

**Kurumsal/organizasyon merkezli:** Gazetecilerin haber toplama yöntemleri işverenin kurumsal gerekliliklerinden etkilenmekte ve gazetede yer alan haberin içeriğinde farklılık olabilmektedir.

**Gazeteci merkezli:** Haber toplama gazeteci merkezlidir. Tarihsel bir gelenekle haberi şekillendirme süreci gazetecilerin mesleki yargıları altında yapılmaktadır. Gazetecilere özgü faktörler haberin toplanmasını ve yayınlanmasını etkilemektedir.

**Dış etmenler:** Gazeteciler haberleri toplarken kültür, ekonomik güçler, gelenekler ve izler kitle gibi etmenlerden etkilenmektedirler. “Piyasa” koşullarının gazetecilikte medya içeriğini etkilemesi, iletileri hem izleyicinin isteklerine hem de ihtiyaçlarına göre hazırlamaya neden olmaktadır. “Kitle Manipülasyonu” yaklaşımı içinde medya içeriği toplumun güçlü üyeleri tarafından etkilenmektedir.

Ayrıca Altschull, medya içeriğindeki ideolojinin belirlenmesinde medya içeriğini finanse edenlere bakmak gerektiğini medya yatırımcılarının ideolojisi ile haber içeriği arasında dört temel ilişki olduğunu ifade etmektedir. Ülkeden ülkeye değişen kitle iletişim sistemleriyle beraber bu sistemlerin farklı yapıdaki çalışma yöntemleri de değişmektedir (Altschull 1995).

**Kamusal (resmi) ilişki:** Gazete, dergi, radyo ve televizyon yayınlarının içeriği resmi yasalarla, yönetmeliklerle belirlenmiştir. Haber medyası kamu/devlet teşebbüsü olduğu gibi yönetiminin bir kısmı devlet kontrolünde de olabilmekte ya da lisans sözleşmeleriyle yayınlar kontrol altında tutulabilmektedir. Hiçbir ülkede tam özgürlük söz konusu değildir yayın kuruluşunun serbestlik derecesi verilen özerklik ile belirlenir.

**Tecimsel ilişki:** Haber içeriği reklam verenlerin, yayın kuruluşunun sahip ya da sahipleri ve diğer yayıncıların bulunduğu ticari ortak ve müttefiklerin görüşlerini, uygulamalarını yan-

sıtmaktadır. Bu ilişki düzeyinde piyasa şartlarında ekonomik etkenler belirleyici olmaktadır.

**Faydacı ilişki:** Medya içeriğinde yayın kuruluşunun bağlantılı olduğu sermaye girişimine, siyasi parti ve dini grupların yansımaları görülebilmektedir.

**Biçimsel olmayan ilişki:** Medya içeriği, uygulamak istedikleri amaçları garanti altına almak için doğrudan parasal destek veren yakınların, arkadaşların ya da tanıdıkların tercihlerini yansıtmaktadır.

## HABER DEĞERİ

Medya araştırmacıları, muhabirlerin ve editörlerin bahsedilmeye değer konuların belirlenmesinde yazılı olmayan düşüncelerini bir araya getirmeye çalışmaktadırlar. Özellikle Galtung ve Ruge, haber değerleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, haber değeri kavramına genellenebilir kurallar içinde bakılmasını sağlamışlardır (Galtung ve Ruge, 1965).

Ayrıca Golding ve Elliott da haber değeri kavramını geliştirecek farklı nitelikler ortaya koymuştur. Haber değeri tartışmaları genellikle gizemli esrarengiz bir sis perdesi içinde kesin olmayan, belirsizlik taşıyan sözler ile sarılmıştır. Birçok akademik çalışma haber değeri kavramının bu belirsizlik durumunu açıklamaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Haber değerleri iki şekilde kullanılmaktadır. Birincisi haber değeri kavramı başlığı altında incelenen niteliklerin gazeteye uygun bahsedilmeye değer haberlerin haber merkezi adına seçim ölçütleri olarak kullanılmasıdır. İkincisi ise haber değerlerinin, haberlerin yayınlanma aşamasında neyin destekleneceği, gözardı edileceği, nereye öncelik verileceği, haberin okuyucuya sunumunda nelere dikkat edileceği konusunda rehber olarak kullanıldığı şekildedir. Sonuç olarak haber değerleri bir tür çalışma kurallarıdır. Bütün bu değerler gazetecilerin kendi mesleklerine ilişkin haber merkezinde gerçekleşen iş üretimi ile ilgili bilgi birikimidir. Haber değerleri olayların nitelikleridir ya da başka bir anlatımla gazetecilik mesleğine özgü, olayın kitle iletişim araçlarında yer almasında etkili, nispi olarak var olmasına salık verilen özelliklerdir. Farklı haber değerlerinin bir olay/konuda bulunması o olayı yayınlanabilir nitelikte kılmaktadır. Aynı-

ca farklı haber niteliklerini bir arada bulunduran konular daha büyük olay ve haber konusu olarak kabul edilmektedir (Golding ve Elliott 1979: 114, Myers, 2001).

Hall ve arkadaşları neyin haber olacağı konusunda ön güçlü sezginin mesleki ideoloji olduğu belirtmektedir. Hall'ın aslında kastettiği nokta haber değeri kavramının bir haberi diğer haberden farklı kılan nitelikler dizgesi olmadığıdır. Haber değeri kavramı altında belirtilen nitelikler, gazetecilerin beklentilere uygun bir şekilde haberlerin seçilip çerçevelenmesinde kullandıkları bir takım yollardır. Hall ve meslektaşlarının görüşüne göre bu süreç toplumla ilgili tartışılmaz varsayımları, derin muhafazakarlığı ve güçlü basmakalıp örnekleri içermektedir. Basının çevresel konular, göçmenlik, endüstriyel ilişkiler, açlık, barış, nükleer enerji, AIDS, tıbbi araştırmaların üzerine eğilmesindeki nedenleri açıklamada haber değeri kavramına başvurulabilmektedir. Ancak toplumsal işleyiş, politika vb. konulu olaylar haber değeri kavramından farklı etkenleri içermektedir (Hall ve ark., 1979).

Hall, haberi olayların ve konuların belirli sistematik sınıflama ve seçime göre yapıldığı karmaşık bir üretim sürecinin sonu olarak görmektedir. Gazeteler bir ön düzenlemeyle belirli olay ve konuları bir araya getirirler ve bu işin en son düzeyi haber olacak konuların seçimidir. Genellikle haber olarak seçilen konular sıradan olmayan ve toplumsal hayat ile ilgili insanların beklentilerini bazı bakımlardan ihlal etmesinden dolayı gazetelerde yer almaktadır. Haber değeri kavramına her zaman aynı perspektiften aynı yöntemlerle bakılması gerekmektedir. Her gazetenin bahsedilmeye değer konuların algılanması konusunda kurumsal ve teknik farklı anlayışı vardır ve belli haber türlerinin yer aldığı bölümler ve bu bölümlerde çalışan çok sayıda farklı kişilikte gazetecilerin farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bununla birlikte düzenli okuyucuların bile farklı görüşleri bulunmaktadır. Bu tip farklılıklar gazetelerin çok değişik sosyal kişilikleri olduğunu göstermektedir. Haberler kuramcılar tarafından "ulaşılabilir kaynaklar" olarak görülmektedir. Hall, medyanın haberleri özerk bir biçimde yaratmak yerine düzenli ve güvenilir kaynaklardan elde etmeyi tercih ettiğini belirtmektedir. Hall, ısrarla hükümetin, holdinglerin, halk-

la ilişkiler ajanslarının, mahkemelerin ve sportif birliklerin kurumsallaşmış kaynaklar olarak habere etkisi olduğunu belirtmektedir (Hall ve ark., 1979).

Tiffen haber değeri kavramını açıklarken haber seçim kriterlerini bireysel ve toplumsal bir süreç olarak adlandırmaktadır (Macrae 2002). Haber değeri kavramı okuyucunun talebini algılama çabası ve mesleki amaçlardan kaynaklanmaktadır. Gazetecilerin mesleki amaçları içerisinde profesyonelliğin gereği hem kamusal çıkar hem de rekabetten kaynaklanan kurumsal etmenler bulunmaktadır. Haber, içinde bir dizi uzlaşma nedeniyle eksiklikler bulunan bir üründür. Bu uzlaşmalar kurumsal ya da bireysel haber kaynakları, okur kitlesi, reklam verenler yasa koyucu ve düzenleyici etkisi olan devlet arasında karşılıklı çıkar esasına dayanan yazılı olmayan uzlaşmalardır. Habere değerini vermede bu uzlaşmaların sınır koyucu etkisi vardır.

Haber değeri kavramını açıklamada Piyasa Modeli ve Manipülasyon Modeli olmak üzere iki model öne sürülmektedir. Tiffen'la birlikte Cohen ve Young'ın savunduğu Piyasa Modeli'nde haber seçim ölçütü olarak haber olacak konunun kamu çıkarı doğrultusunda bilgi hazinesi olması, okurun ilgisini çekmesi toplumun çıkarlarına yönelik olması gerekmektedir (Macrae 2002).

Medya sahipliği ve medyanın kontrolü üzerine kapsayıcı bir model olan Manipülasyon Modeli'nde gazeteciler medya sahiplerinin çıkarları üzerinde doğrudan rol alan aktörler olarak görülmektedir. Gazeteciler medya sahiplerinin çıkarlarına hizmet etmek üzere medya sahipleri tarafından tutulmuş, haberleri seçen ya da eleyen ideologlardır. Ancak Tiffen ideolojik teorilerin oldukça geniş kapsamlı algılandığını, gazeteci ve editörlerin güdülenmesinde yanlış yorumlandığını, gündelik mesleki pratiklerin mutlaka hesaba katılmasının gerektiğini belirtmektedir. Tiffen, bütün hikayelerin gazetede yer almak için yarış halinde olması, olayların takibinin devam ediyor olması ile son teslim tarihi baskısı altında işlendiğini, sürekli devam eden bir üretim talebinin habercilerin bütün görüşlerini sardığını çoğu editörün ilgisinin en önemli amaçmış gibi günden güne gazetecilik uygulamaları üzerine yoğunlaştığını belirtmek-

tedir. Haber değerleri haber üretim süreci içerisinde yer alan insanların oluşturduğu baskın kültürün değerleri ve ilgileri altında devamlı olarak haber metinleri içinde yeniden üretilmekte diğer bakış açıları ve düşünceler göz ardı edilmektedir. Gündem yazı işlerinin kontrolünü elinde tutan insanlar tarafından belirlenmektedir (Herbert 2000: 63).

Herbert, haberin öznel olabileceğini ama içeriğinin nesnel olması gerektiğini söylemiştir. Haber değeri kavramının açıklanmasında genellikle sezgisel bir duyu ve tecrübe ön şart olarak verildikten sonra bir değerlendirilmeye gidilmektedir. Bir muhabir ya da editöre göre haber olan konu bir başkasına göre haber değildir. Özellikle haber değeri kavramı içerisinde bir bütünün ayrılmaz parçaları olarak okuyucunun ilgisi, hedef kitle, gazetecilerin mesleki uygulamaları, kültürel etmenler ve geleneklerin kesinlikle etkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda bir haber tanımı şöyle yapılmaktadır: Haber, muhabirler ya da editör tarafından hedef kitlenin ilgisine ve yararına olduğu düşünülerek hazırlanmış bilgidir (Herbert 2000: 64).

#### **HABERLERDE TECİMSEL BASKI**

Haber medyası ister ulusal düzeyde ister bölgesel ya da yerel düzeyde yayılmış olsun tümü birer ticari girişim olmakla beraber bu ticari statüden elde ettikleri kâr oranında kalıcı ve sürekli olabilmektedirler. Ancak basına yöneltilen bazı eleştirilerin temelinde haber içeriklerinde ve haberlerin veriliş tarzında belirleyici rolü ticari etmenlerin oynadığı savı bulunmaktadır. Gazeteciler editoryal kararların ticari kârlardan bağımsız olması gerektiği konusunda ısrarcı davranmaktadırlar. Editoryal kararlardaki bağımsızlığın gazetecilik normları ile ticari girişimciliğin birbirinden tam anlamıyla ayrılmasıyla mümkün olabileceğini söylemektedirler. Bütün bunlara ek olarak medya kuruluşları üzerinde sahiplik yapısından kaynaklanan ve giderek artan finanssal baskı ve ticari koşullar, içerik üzerinde açık bir etki yaratmaktadır. Bu tez doğrultusunda kâr güdümlü alınan haber kararlarının genel haber organizasyonun işleyişini etkileyeceğini ortaya koymaktadır. Genel kamu görüşü ise editörlerin ve muhabirlerin gazetelerini sattırmak ve bu satışı giderek daha da arttırmak için sansasyonel konuları haber olarak değerlendirmeleridir. Bununla birlikte bazı

eleştiriler kendi medya şirketlerine sahip büyük holdinglerin ürettikleri ürünleri ve reklamcılarının çıkarlarını korumak amacıyla haberler üzerinde otosansürün oluşmasına neden olduğu konusunda yoğunlaşmaktadır.

Tecimsel şartların haber içeriklerini nasıl etkilediğiyle ilgili en ortak açıklama haberin seçiminde ve sunumunda konunun öneminin değil eğlendirici tarafının göz önünde tutulduğudur. Ayrıca daha fazla satmak amacıyla gazeteler haberlerde bilgi vermek yerine olayları daha görünür hale getirmeye, büyütme, dikkati olayın üzerinde yoğunlaştırmaya çalışmaktadır. Beklenen düzeyde olmayan olayları büyütme eğilimi pazarlanabilir mal üretme girişimiyle bir araya geldiğinde medya, kamu için önemsiz konulara odaklanmakta ve genellikle bu tip konular eğlence içerikli olmaktadır. Gans'a (1980: 92) göre olayları büyütme "allama pulama işi" muhabirlerin hazırladıkları konuları editörlerine ya da haber direktörlerine kabul ettirme aşamasında başlamaktadır. Özellikle abartılmış kişi ve konular, rutini, bekleneni ortadan kaldırırken yeterli derecede önemli olmayan, kurgulanmış, dramatik, kendine özgü olmaktadır. Gans, haber diyerek verilen yoğun dikkatin çekildiği "gerçeğin", aslında gözlemlenerek elde edilen konuların abartılmış bir özeti olduğunu ifade etmektedir.

Piyasanın keskin rekabet ortamında gazeteciliğin tanım, işlev ve kurallara uygun bir şekilde yapılabilmesi için ön şart olan bağımsızlık, işveren, reklam-ilan veren ve ülkenin ekonomik durumu nedeniyle tehlikeye girmektedir. Bu şartlar altında gazetecileri yönlendiren temel dürtünün bağımsız mesleki kaygılar yerine çevrenin mali baskısı olduğu ortaya çıkmaktadır. Piyasa değerlerinin her alanda güç kazandığı bir ortamda yayın bağımsızlığını korumanın güçleştiği kesinleşmektedir (Duran 2001: 49).

Genel kamu inancı haberlerin çoğu kez çıkar amaçlı olarak izler kitlenin içgüdülerini tatmin etmek üzere çarpıtıldığı ya da serbest bilgi akışının medyaya reklam verenleri memnun etme gereğinden etkilendiği yönündedir. Başka bir anlatımla reklam verenler geçmişten günümüze kendi ürünlerinin imajını korumak amacıyla haberleri susturmaya, engellemeye çalışmaktadırlar. Bazı reklamlar ile gazetelerde yer alan

haberler arasında bir bağlantı olduğunu vurgulayan Kaniss, (1991: 96) gazetelerde yer alan belirli bölümleri (otomobil, beslenme ve kadınlar için önerilen sağlık-güzellik, ekonomi, spor sayfaları gibi) reklamcıların pazarlamaya çalıştıkları ürünler ile ilişki kurabilecekleri, haberleri kovaladıkları alanlar olarak görmektedirler. Kaniss'e göre otomobillerdeki yeni güvenlik standartlarıyla ilgili bir haber sayfanın bir köşesinde yer alan bu güvenlik paketine sahip bir otomobil reklamıyla ilişkilendirilebilmekte ya da doğrudan yeni bir ürünün piyasaya sürüldüğünü duyuran, kurumsal etkinliklerin konu alındığı haberler gazete ve dergilerde yer almaktadır. Gazetede reklamı yer alan ürünün özelliklerine atıf yapan sağlık-güzellik konulu haberlerin editoryal içeriğin oluşturulmasında reklamların payını göstermektedir.

Basında yaşanan çözülmenin ve kitlesel gazeteciliğin oluşmasında, reklam ve propagandanın araç için ciddi, içerik için yönlendirici olması; sektör olarak basının ekonomik mekanizmasıyla bütünleşmesi ve kârlı bir alan olarak görülmesi; geniş enformasyon ağında haber vermenin asıl etkinlik olarak önemini kaybetmesi; araçların çeşitlenmesi sonucu ortaya çıkan etkileşim; uzmanlaşma sonucu basının farklı meslek dallarına açılması özellikle de sağlık, hukuk, eğitim vb. dallarda yetişen uzmanlara sütun ayrılması; görüntünün (görsel içeriğin) oluşturduğu okur-yazarlık ve buna bağlı okuyucu eğilimleri; gelişme özgürleşme, demokratikleşme, küreselleşme gibi kavramların ikna edici süreçler olarak benimsenmesi; sanat, edebiyat, siyaset, felsefe, müzik ve magazin için ciddi-ciddiyetsiz, önemli-önemsiz, gerçek-gerçekdışı her şeyin aynı formatlar içinde benzer teknikler ile sunulması gibi nedenler yatmaktadır (Topçuoğlu 1996: 28).

### **HABER İÇERİKLERİ ÜZERİNDE GAZETECİLERİN (ÖZYAPISAL NİTELİKLERİNİN) ETKİSİ**

Bireyin gerçekleştirdiği her eyleme kişiliğini koyduğu bir gerçektir. Kişilik ailenin, yakın çevrenin, eğitimin, yaşanan yörenin manevi değerlerin, iş ortamının, vb. birçok etkenin etkileriyle oluşmaktadır. Haber üretiminin herhangi bir aşamasında bulunan kişi hazırladığı habere kişiliğinin yansıtılmakta, kişiyi etki-

leyen toplumsal faktörler bireyi belli yargı ve seçişlere yöneltmektedir (Öktem 1986: 240).

Gazetecilerin mesleki kararları çoğunlukla bir sentez niteliği taşımakta ve belli karar ve seçimlerde belirleyici etkenler zaman, zemin ve günün şartlarında göreceli olarak değerlendirilerek haberin biçimlendirilmesine neden olmaktadır ve dolayısıyla gerçekten uzaklaşmaktadır (Girgin 2000: 96).

Peiser'e (2000: 243) göre gazetecilerin ardyörelere (background) ve demografik özelliklerinin, çalışma koşullarıyla profesyonel değerlerinin haberlerin seçimini ve içeriklerini, açık ya da üzeri örtülü biçimde etkilemektedir. Neyin haber olup olmadığına karar vermenin homojenliğini ortaya koyan haber merkezinin toplumsallaşması, örgütsel rutinler ve diğer baskılar gazetecinin haber içeriği üzerindeki kişisel etkisinden daha güçlüdür. Fakat gazetecinin kişisel ardyörelere ve değerleri günümüzde geçerliliğini korumakla birlikte gazetecinin kişisel gündemini etkilemektedir. Özellikle gazetecilerin ideolojileri, cinsiyetleri ve kuşak aidiyeti gibi etkenler belirleyici unsurlardır.

İletişimcinin medya içeriği üzerinde gazetecilerin cinsiyetinin uyumlaşması, medyada insanların tercih ettiği meslek kollarının artmasıyla iletişim kariyerlerinin geçirdiği evrim, toplumda üst ya da alt tabakadan olmak, iletişimcinin eğitim seviyesi gibi etkenler bulunmaktadır. Kişisel değerler, tutumlar ve inanışlar medya içeriğini etkilemesi bakımından araştırmacıların göz önünde bulundurduğu unsurlardır. Özellikle aile, aileden aldığı sevgi, arkadaşlıkları, ekonomik yeterliliği ve bütün etkenler kişisel insani sevecenlikle ilişkilendirilerek iletişimcinin karakterini biçimlendiren diğer etkenlerle bir araya geldiğinde medya içeriği üzerine kişisel etkinin olduğu belirtilmektedir. Kişisel değerler ve inanışlar bireycilik, serbest girişim, rekabetçi ve materyalistlik kavramlarını da kapsamaktadır (Shoemaker ve Reese 1996: 64).

### **İÇERİK ÜZERİNE KURUMSAL ETKİLER**

Haber içeriklerinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerden en önemlileri arasında habercilerin kendi çalıştıkları medya kuruluşları gelmekte-

dir. Özellikle gazetecilerin yanlı haber yapmaları konusunda baskı altında tutulduklarını ve bunun için zorlandıkları bilinmektedir. Bu durum aynı zamanda kamunun haber alma özgürlüğünü etkileyecek şekilde habercilerin çalıştıkları basın kuruluşuna güven eksikliği doğurmaktadır. Ayrıca habercilerin kaynakları ile olan ilişkilerinde de en belirleyici etmenlerden birisi de gazetecinin çalıştığı basın kuruluşunun politik tavrı ve ekonomik gücüdür (Kılıç 1999: 150).

Gazeteciler medya ortamı içinde gerçekleşen her türlü olay ve etkinlik içinde meydana gelen değişim ve dalgalanmalarla özellikle medya sahiplerinin doğrudan hedefi haline gelmişlerdir. Bu durumdan kendi paylarına düşeni alan editörler patronları adına her türlü isteklerini her zaman muhabirler üzerinde bir baskı aracına dönüştürmektedirler. Özellikle bünyesinde farklı endüstriyel üretim ve hizmet sektörlerini bulunduran holdinglere ait basın kuruluşlarının editöryal bağımsızlıkları olmadığı gibi bu kuruluşların genel çizgisini medya sahipleri belirlemektedir. Ayrıca medya sahipleri editöryanın çizgisini belirlemenin dışında günlük işleyişe ve haber üretim sürecine de etki etmektedirler (Tılıç 2001: 48).

Gazetecinin mesleki gereklerine bağımlı olmasını editöryal bağımsızlık şeklinde ifade eden Doğan Tılıç, (1998: 86) editöryal bağımsızlığın olmadığı bir yerde gazeteciliğin doğruyu söyleyen bir meslek olması ve doğru bilgilendirilmiş eleştirel vatandaşlar yaratılmasına katkısının ancak medya sahibinin kendi kuruluşundan bunları istemesiyle mümkün olabileceğini belirtmektedir.

Gazete sahipleri her zaman, ayrıntılarda farklılıklar olsa bile genel siyasalarını paylaşan, en azından kabul eden bir genel yayın yönetmeni ile anlaşarak konularını sağlama almaya çalışmaktadırlar. İdeal olarak genel yayın yönetmenin ve editörlerin görevleri bu genel siyasanın izlenmesini sağlamaktır. Gazetecilerin kendi ilkeleri ve gerçekler hakkında bildikleriyle çelişkiye düşecek konuları yazmamaları istenmektedir. Uygulamada “editöryal bağımsızlık” genellikle gazete sahipleri tarafından belirlenen siyasi düzen ve temel meseleler hakkında stratejik kararlar alma konusuyla değil; günlük üslup, içerik ve editörya bütçesi konula-

ıyla sınırlı tutulmaktadır. Bununla birlikte editörlerin üzerindeki ticari baskı arttıkça gerçeklik, geçerlilik ve mesleki ahlak açısından kabul edilebilir gazetecilik standartları zarar görmektedir. Pazarlamacılıkla ilgili ticari kararlar ve yayıncının sorumluluğu, kolaylıkla editöryal gereklerinin önüne geçebilmektedir (Talu 2000: 66).

Günümüz Türkiye’sinin gazetecilerinin normal koşullarda gazetenin siyasi ve etik temeller konusundaki kararlarına karşı çıkmaları genellikle olanaklı olamamaktadır. Yazı işlerinin normal işleyişi içinde, muhabirlerden gelen haberler yazı işleri müdürleri veya daha alt düzeydeki yönetici editörler tarafından sıraya konup yeniden yazıldıktan sonra yayımlanmaktadır. Haberlerde, siyasi sivrilikler törpülenmekte, yeni “gerçekler” katılmakta ve haberin içeriği inceliklerle değiştirilmektedir. Bu safhaya gelmeden önce kullanılacak hikayeler, konuların seçilmesi ve bunların hangi gazeteciler tarafından işleneceği, gazete sahibinin kararlaştırdığı siyasi çizgi veya editörün belirlediği sunum biçimi de önceden belirlenmektedir. Bütün bunlar doğrudan, yönergelere gerek kalmadan sağlanmaktadır. İleride herhangi bir sorun çıktığında ve konu tartışılarak çözümlenemediğinde gazeteci ya istifa etmek ya da statükoyu pragmatik olarak kabul etmek durumunda kalmaktadır (Talu 2000: 67).

Editöryal bağımsızlığın gerçekleşmesinde editöryal kararlara katılım kanallarını yaratmak ve bu amaçla demokrasinin özlenen koşullarında gazetecilik mesleğinin temel özgürlükleri sağlamak gerekmektedir. Yayın organlarının gizlenen, açıkça ortaya konmayan öznel, tarif edilmeyen yayın politikalarını açığa çıkartmak, ayrıntılanmış kurallara dönüştürmek gerekmektedir. Yayın organı tarafından açıkça sunulan bu kurallar dizgesinin çalışan gazeteciler tarafından onaylanması, paylaşılması ve üzerinde uzlaşılan kurallar olarak kabul edilmesi ve sendikal bir garanti altında karşılıklı sözleşmeye bağlanması gerekmektedir. Bununla birlikte her iki taraf için bağlayıcı kararlar alabilen meslek örgütlerince yapılan yasal denetimin ifade ve haber alma özgürlüğünü garanti altına alan hukuk kurallarıyla değerli kılınabileceği gözden kaçırılmamalıdır.



## **HABER YAPMA SÜRECİNİN BELİRLEYİCİ UNSURLARI VE PARLAMENTO MUHABİRLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Çalışmada yer alan bulgular Nisan 1998 yılında elde edilmiştir. Parlamento muhabirlerine yönelik sormaca Parlamento Muhabirleri Derneği tarafından TBMM’de basın bürosu bulunan basın yayın kuruluşlarında görevli haber muhabirlerinin “sürekli giriş kartı” olan 54 parlamento muhabirine ulaştırılmıştır (Parlamento Muhabirleri Derneği TBMM gündeminin yoğun olmadığı, rutin haberlerin yapıldığı günlerde TBMM’de yukarıda sayılan özelliklere sahip 55 ile 60 arasında değişen sayıda parlamento muhabiri görev aldığı belirtilmektedir). Parlamento muhabirlerine dağıtılan anketlerden 32 tanesi araştırmacıya geri dönmüştür. Böylelikle anketin geri dönüş oranı %59 olarak belirlenmiştir. Sormaca kapsamında muhabirlere 33 soru yöneltilmekle birlikte bu çalışmada sadece üç sorudan elde edilen veriler kullanılmıştır. Bu üç soru diğer sorulardan bağımsız olup diğer soruları bağlayıcı değildir.

Çalışmada parlamento muhabirlerinin %94’ü ideolojik görüşleri nedeniyle olumlu ya da olumsuz asılsız haberler yapmadıklarını belirtmişlerdir. Ancak başka bir soruda muhabirlerin %47’si kendileri dışında diğer muhabirlerin olumlu ya da olumsuz asılsız haber yapma konusunda ideolojik yanlılığının etkili olduğunu belirtirken %40’ı her haberde olmamakla birlikte bazı haberlere ideolojik yanlılıklarının yansıdığını söylemektedirler. Bununla beraber muhabirlerin %13’ü kendilerinin dışında, diğer muhabirler bile olsa ideolojik yanlılığın haber yapmada etkili olmadığını ifade etmektedirler.

Haber yapma sürecine etki eden unsur olarak muhabirlerin %47’si çalıştıkları basın kuruluşunun genel yayın politikasını; %31’i çalışılan basın kuruluşunun genel yayın politikası dışında ama yine basın kuruluşundan kaynaklanan belli tipte haber istekleri, çalışma koşulları gibi etkenleri, %6’sı haber kaynaklarının kendileriyle ilgili haber yapmaları konusundaki isteklerini; %3’ü kendi ideolojik görüşlerini gösterirken, %13’ü bu soruyu yanıtlamamışlardır (Kılıç 1998: 169).

Yukarıdaki sonuçlardan anlaşılacağı üzere haber yapma sürecinin belirleyici unsurları olarak

basın kuruluşlarının genel yayın politikaları, muhabirlerin kendi ideolojik yanlılıkları ve çalışma koşulları, yine basın kuruluşunun diğer basın organlarıyla olan rekabetinden kaynaklanan günün koşullarının etkisinde oluşan gündem baskısının yarattığı rutin dışı haber istekleri, basın kuruluşunun muhabir üzerinde etkinliğini arttırmak için çalışma koşullarının olumlu yanlarını daraltmaya yönelik çabalar öne çıkmaktadır. Bir muhabirin ideolojisinin diğer etkenler söz konusu olmadığında önemli bir unsur olduğuna ilişkin verilere ulaşılmamasına rağmen, diğer etkenler söz konusu olduğunda muhabirlerin kendi ideolojik yanlılıklarının öne çıkması muhabirlerin çalıştıkları basın kuruluşlarının genel yayın politikalarını nispeten olumlayıcı tutumlarıyla açıklanabilir. Muhabirler ile yapılan serbest (sormacayla yapılandırılmamış) görüşmelerde bu yönde görüş ifade etmişlerdir (Kılıç 1998).

Ayrıca haber kaynaklarının haber yapımı sırasında etkili olduğu elde edilmekle birlikte diğer etkenler ile karşılaştırıldığında yüksek düzeyli bir etken olarak değerlendirilmemektedir. Ancak burada muhabirlerin gazetelerine önemli bir haber sokma, haber kaynağı durumundaki parlamenterlerin kendileriyle ilgili olumlu bir haber yayınlama kaygısı içinde karşılıklı bir iletişim gerçekleşmektedir (Kılıç 1998: 157).

## **SONUÇ**

Elde edilen veriler haber içeriklerine etki eden etmenler arasında örgütsel etkilerin diğer etmenler yanında daha belirleyici olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma kapsamında “gazetecilerin ideolojileri”, “haber kaynağı durumundaki parlamenterler” haber üzerinde baskı oluşturacak etkenler olarak belirlenmekle beraber, parlamento muhabirlerinin haber yapma sürecinde “kurumsal etkiler” kadar belirleyici olmadıklarını göstermiştir. Haber üzerinde haber kuruluşunun yoğun etkisinin ancak yasalarla sınırlanabileceği açıktır. Özellikle habercileri baskı altına alarak oluşturulan etki alanı, gazetecileri rutin çalışmalardan, ideolojik tercihlere kadar yayılmakta ve haber üzerindeki tüm sorumluluk gazetecilerin üstüne kalmaktadır. Mutlaka tüm haberlerden gazeteciler sorumludurlar ve bu tartışılmaz bir durumdur, ancak sorumluluk çerçevesi basın özgürlüğünü sınırlar hale sokmadan önce çok açık şekilde tanımlanmalıdır.

Bu nedenle basın kuruluşlarının sahiplik yapısı serbest rekabeti kırmayacak şekilde düzenlenmeli ve bilgi akışında kırılmaya ya da bozulmaya neden olacak durumlar yasal olarak engellenmelidir. Özellikle eşit ağırlıkta çok ortaklı ve kamunun da içinde yer aldığı bir yapı oluşturulmalıdır. Ortakların farklı kitle iletişim araçlarına sahip ve/veya ortak olmaları engellenmeli ve ortaklık oranının diğer ortakların aleyhine gelişecek şekilde büyümesinin önüne geçilmelidir. Ayrıca ortakların farklı iş sahalarında çalışmalarına izin verilmemelidir. Bütün bunların yanında bu düzenlemeleri yapacak iradeye ve güce sahip devletin (hükümetin) basın özgürlüğünü, toplumun bilgi edinme hakkını garanti altına alarak gerçekleştireceği yasal düzenlemeler, olmazsa olmazlar arasındadır. Gazeteciler için işçi-işveren arasındaki ilişkiyi hem gazeteci hem de basın özgürlüğü aleyhine bozmayan bir sendikal yapı diğer bir şart olarak yer almaktadır. Meslek ahlak kurallarının gazetecilerce içselleştirilerek uyulması sağlayacak üzerinde yaptırım gücü olan basın özgürlüğünü garanti altına alan, gazeteciler için rehber basın kuruluşları için düzenleyici bir meslek örgütü diğer bir gerekliliktir. Bütün bunlar birçok araştırmanın da belirttiği ve özellikle olması gerekenler olarak hep sunulmakta ve üzerinde yoğun bir şekilde durulmaktadır. Ancak araştırmada elde edilen sonuçlardan yola çıkarak ifade edilen bütün şartlar oluşturulduktan sonra gazetecilerin ahlaklı olup olmadıklarının sorgulanmasıdır.

Ahlaklılık bir mesleğin devamının temel şartları arasında olmasına rağmen mesleğin toplumdaki işlevi düzeyinde mesleğin koruyucu unsurları arasında öncelikli olarak hukuki yaptırımlar gelmektedir. Bu yaptırımlarla korunmayan bir mesleği ahlaki sorumluluk ile yürütme çabası mesleğin zamanla yıpranmasına neden olabilmektedir. Özellikle mesleği uygulama sırasında mesleğin gerektiği gibi işlemesinin önüne geçen sorunları yok saymak ortada olan sorunların görmezden gelmek, mesleğin içinden ya da dışından mesleği istismar edenlerin dolaylı yoldan korunmasını sağlayabilmektedir. Çalışma bulguları ile ortaya konan sav meslek ahlak kurallarının hukuk kurallarıyla güçlendirilerek toplumsal çıkarları, mesleği ve meslekten olanların korunmasını sağlamaktır. Basın özgürlüğünü güvence altına alan, enformasyonun serbest akışını destekleyen bir hukuksal

çerçeve sadece iyi gazeteciliğin amaçlarına değil aynı zamanda demokrasinin amaçlarına da hizmet edecektir. Düşünülen hukuksal çerçevenin yaratacağı sorunlar olumsuz yasal kısıtlamalar ile ortaya çıkabilir ancak burada önemli olan sınırın nerede çizileceğidir. Bilgi akışı ve düşünce açıklamanın haklılaştırılabilir dağıtımını engellemeden gerçek anlamda sınırcı olanın yayımlanmasını yasaklayacak bir yasal çerçevenin oluşturulabilmesi bu sınırı belirlemenin temel düşüncesini oluşturmalıdır. Bu nedenle sadece hukuksal koruma en etkin koruma yöntemi olamayacaktır ve burada ahlaki değerlerin bağlayıcılığı önem kazanmaktadır. Basının, demokratik değerleri korumaya yönelik bilgi akışı ve düşüncenin özgürce ifade edilmesini garanti altına alan yapısını oluşturmak için hem hukuksal yaptırımlara hem de meslek ahlakının ortaya koyduğu ortak değerlere gerek vardır.

Medyada haber içerikleri üzerinde belli etkiler farklı düzeylerde etki etmektedir. Haber, özellikle basın kuruluşunun genel yayın politikaları, haberi hazırlayan ve işleyen gazetecilerin özyapısal nitelikleri, haber yapmanın kendi şartlarından kaynaklanan zorluklar, örgüt dışından gelen farklı çıkar gruplarının baskısı altında yayınlanmaktadır. Buradaki asıl mesele söz konusu etkenlerin gazeteci eliyle haber içeriğine katılıyor olmasıdır. Ayrıca genel yayın politikaları ve basın kuruluşunun kendi çıkarlarıyla uyumlanmış bir şekilde haber yapan ya da bu şekilde haber yapması telkin edilen gazeteciler de yok sayılamaz. Çeşitli baskıların altında her haberin mutlaka bir çarpıtmaya uğraması söz konusu değildir ancak haberlerin kaynaklara dayanmaması, habere konu olan taraflara eşit zaman eşit yer ilkesinin uygulanmaması, haber metinlerinde ve özellikle başlıklarda sıfat (yüceltici/alçaltıcı) kullanımı, haberin özne yargılar içermesi, haberlerin kaynaklandığı konulardan uzaklaştırılarak kendi içinde gizlenmesi, haber üzerinde ortak çıkarı bulunan okur/izler kitlenin bilgilenme hakkının çiğnenmesini doğuracaktır. Tüm eleştirilere yanıt vermesi gerekenler sadece gazeteciler olmakla birlikte basın kuruluşlarının sahipleri ya da ortakları, okur/izler gruplar, yasa yapıcılar, toplumsal örgüt ve kuruluşlar haber alma hakkının özgür ve temiz bir şekilde gerçekleştirilmesi anlamında basından sorumludurlar.

Liberal çoğulcu anlayış, toplumda, aynı yapısal özellikleri göstermeyen farklı grupların kendi çıkarları doğrultusunda basını eşit olarak kullanabileceğini varsaymakla beraber medya üzerine yapılan eleştirilerin başında, kitle iletişim araçlarının eşitsizlik yaratacak şekilde kullanılması ve yine iletişim araçlarına eşitsizlik yaratacak şekilde sahip olmak gelmektedir. Bununla birlikte liberal çoğulcu anlayış içinde, toplumda üretilen fikirlerin özgürce ifade edilebilmesinin sistemin doğru işlemesi için gereken mekanizmaların çalışmasına bağlı bulunduğu gözden kaçırılmaması gereken bir konudur. Devamlı olarak habercilerin gazetecilik meslek kurallarına ve meslek ahlakına uymaları konusunda uyarılmalarının, iletişimde meydana gelen bozulmaların, aksamaların gazetecilere yüklenmesinde, bu mekanizmaların var olduğu ve bunların doğru çalıştığı varsayılmasından kaynaklanmaktadır. Haber içerikleri üzerinde belirleyici etkisi olan iç ve dış etkenler ile toplumun çıkarlarını karşı karşıya getirmeyecek, bu konuda gazetecilere yeni açılımlar sağlayacak mekanizmaların etkin bir şekilde yeniden hayata geçirilmesi ya da kurulması gerekmektedir.

Sistemin mekanizmaları arasında özellikle sendikaların gazetecilere sağlayacağı iş güvencesi ve barışı gelmektedir. Ayrıca meslek kurallarını ve ahlakını gözardı etmeyen ve bu konuda yaptırımları olan yönetmelikler vasıtasıyla mesleğe ilişkin düzenlemeleri yapan bir meslek odası önemli katkılar sağlayabilir. Gazetecilerin bağlı bulunduğu bir meslek odası mesleğin kurumsallaşmasını sağlarken gazetecilerin istihdam edilmesi ilişkin bazı öncelikleri de beraberinde getiren bağlayıcı kararların alınmasında etkili olacaktır. Özellikle bu iki mekanizmanın çalışmasıyla oluşacak özgürlük ortamı, başta basına olan güveni arttıracak kaybedilen okur/izler kitlenin yeniden kazanılmasında faydalı olacaktır. Bütün bunlarla birlikte medyadaki sahiplik yapısı ile ilgili olarak, farklı düşünce ve seslerin kendilerini ifade etmede eşitsizlik yaratacak bir ortamın oluşmasını engelleyecek yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Ayrıca basılı ürünlerin dağıtımının serbest rekabet ortamını zedelememesi, radyo ve televizyon frekanslarının adilane dağıtılması bu mekanizmalar arasında önemli bir zinciri oluşturmaktadır. Ayrıca basın kuruluşlarının nitelikli iş gücüne yatırım yapmaları gerekmektedir.

## KAYNAKLAR

- Altschull J H (1995), *Agents of Power: The Media and Public Policy*, White Plains, Longman Publishing, NY.
- Duran R (2001), *Global Medya Eleştirileri Burası Dünya Polis Radyosu, İçinde: Editör mü Pazarlamacı mı?*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul,
- Galtung J and Ruge M H (1965), *The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers*, *Journal of Peace Research*, vol. 2, pp. 64-91.
- Gans H J (1980), *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News NBC Nightly News, Newsweek, and Time*, Vintage Books, New York.
- Girgin A (2000), *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İnkılap Kitapevi, İstanbul.
- Golding P and Elliott P (1979), *Making the News. Inside: News Values and News Production*, Longman, London, pp: 114.
- Hall S, Chritcher C, Jefferson T, Clarke J and Roberts B (1978), *The Social Production of News, inside: Policing the Crisis, Mugging, the State and Law and Order*, Basingstoke Macmillan Ltd., pp. 424-429.
- Herbert J (2000), *Journalism in the Digital Age*, Oxford, Focal Press.
- İşseveroğlu G (2001), *Meslek Ahlakı, Endüstri ve İnsan Kaynakları Derg*, 3 (1), <http://www.isguc.org/gissever1.htm>.
- Kaniss P (1991), *Making Lokal News*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Kılıç D (2003), *Haber Yapma Sürecinde Haber Editörü ve Editorial Süreç*, Kurgu, Sayı: 20.
- Kılıç D (1999), *Türkiye'de Parlamento Muhabirliğinin İncelenmesi ve TBMM'de bir Uygulama*, Kurgu, Sayı: 16.
- Kılıç D (1998), *Kaynak Muhabir Modeli açısından Türkiye'de Parlamento Muhabirliği*, Yüksek Lisans Tezi, AÜ Sos. Bil. Enst., Eskişehir.
- Macrae M (2002), *News Selection and Coverage of Cases Involving James Peng, Paul Chen, James Su and Wang Jianping*, [http://www.journalism.uts.edu.au/Technis/Essays/Macrae\\_research/Macrae\\_res\\_text.html](http://www.journalism.uts.edu.au/Technis/Essays/Macrae_research/Macrae_res_text.html).

Myers G (2001), News Value, <http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/newsvalue.htm>, aol.

Öktem N (1986), Kamuoyu Oluşturmasında Basının Eğitim İşlevi ve Kamu Yararı Ölçütü, Genç Gazeteciler Eğitim Semineri. İstanbul Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Peiser W (2002), Setting The Journalist Agenda: Influences from Journalist' Individual Characteristics and From Media Factors, Journalism and Mass Communication Quarterly, 77 (2).

Severin W J ve Tankard J W (1994), İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları, Ali Atıf Bir ve N. Serdar Sever (çev), Kibele Sanat Merkezi Yayını, Eskişehir.

Shoemaker P J and Reese S D (1996), Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content, 2. Edition, Longman Publication.

Sözen E (1997), Medyatik Hafıza, Timaş Yayınları, İstanbul.

Talu U (2000), Dipsiz Medya, İletişim Yayınları, İstanbul.

Tılıç D (2001), 2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik ve Medyayı Anlamak, Su Yayınları.

Tılıç D (1998), Utanıyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik, İletişim Yayınları, İstanbul.

Topçuoğlu N (1996), Basında Reklam ve Tüketim Olgusu, Vadi Yayınları, Ankara.