

İSVEÇ'TE MEDYA SORUMLULUĞU VE ÖZDENETİM

B.İşık ÖZKAYA*

Media accountability and auto-control in Sweden.

The auto-control and self regulation of the Swedish media must be seen as a response to the legally almost unlimited Freedom of Information and Expression. In 1916 the press saw reasons to establish a private, voluntary sytem for giving redress to an individual whom the press it self would consider to have been treated in a unethcal fashion by a newspaper. So, The Swedish press thus instituted the first in the World Press Comincil later on, in 1969, instituted the office of the Press Ombudsman of the General Public. This article deals with the auto-control and self regulation in Sweden. In addition, the functions and structures of Swedish Press Council and Press Ombudsman will be displayed.

Key words: Auto-Control, Accountability, Press Freedom, Press Council, Press Ombudsman

* Yrd.Doç.Dr.,Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo-TV-Sinema Bölümü

Giriş

Demokratik toplumlarda, haber ve enformasyonun toplayıcısı ve ileticisi olarak medya, kamusal haklarını, özgürlüklerini savunurken ve yükümlülüklerini yerine getirirken, objektif, tarafsız ve doğru yayıncılık hizmeti gerçekleştirme sorumluluğunu taşır. Özellikle, enformasyon ve iletişimin toplumsal ve demokratik yaşamın gelişiminde ve bireysel davranışların şekillenmesinde önemli bir rol oynadığı günümüzde bu sorumluluğu biçimlendirecek kurumların ve kuralların, denetimin şeklinin belirlenmesi, medya özgürlüğünün gelişmesi, medyanın saygınlığını sürdürebilmesi ve meslek dayanışması yönünden önemlidir.

Gelişmiş ülkelerde, medyanın haklarını ve özgürlüklerini koruyabilmesi, saygınlığını sürdürebilmesini sağlayacak olan topluma ve bireye karşı sorumlu bir yayıncılık gerçekleştirme görevinin medya tarafından gönüllü olarak kurulmuş olan meslek kurullarınca, özdenetim yoluyla, medya ve toplum arasında varolduğu kabul edilen bir sosyal anlaşmaya dayanılarak oluşturulan meslek etik kuralları esas alınarak gerçekleştirilmesi esası kabul edilmektedir.

Ayrıca bu ülkelerde, meslek etik kurallarının belirlenmesinde sosyal sorumluluk, gerçeği araştırmak, insan haklarına, kültürel, etnik ve dini çeşitliliğe saygı göstermek, meslek dayanışması etik ilkeleri esas alınır. Etik kuralların saptanmasının, uygulanmasının, kontrolünün medya dışındaki aktörler tarafından yapılmasının ise meslek hakları ve iletişim özgürlüğü ile bağdaşmayacağı görüşü hakimdir. Ancak, bu ülkelerde medyanın

özdenetim (kendi kendini denetimi) uygulamaları toplumsal yapı ve gelişmişlik düzeyi ile bağlantılı olarak farklı biçimlerde ortaya çıkmakta ve medyanın özgürlüğü zedelenmeden sorumlu yayıncılık anlayışının kurumsallaşması amaçlanmaktadır.

Batı yayıncılığına kıyasla yeni sayılan ve özel yayın kurumlarının toplumsal yaşama yakın dönemde katıldığı ülkemizde, sorumlu yayıncılık anlayışı kanun ve yönetmeliklerle sağlanmaya çalışılmakta yazılı basın ve radyo-televizyon basını alanında meslek ilkeleri konusunda nitelik ve nicelik açısından yaşanan çatışmalar regülasyona zemin hazırlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı özdenetim modellerinden olan Basın Konseyi ve Ombudsman kurumlarını birlikte uygulayan, 1995 yılında yazılı basın, radyo ve televizyon için ortak etik kuralları "Basın Konseyi Ortak Çalışması" olarak kabul eden İsveç Özdenetim sistemini incelemek ve ülkemizde benimsenen farklı meslek kuralları uygulamalarının bir meslek etik ilkeler bütünü olarak toplanabilmesi çalışmalarına katkıda bulunmaktadır.

İsveç'te Medya Sorumluluğu

İsveç'te Basın Özgürlüğünün ilkeleri ilk olarak ikiyüz yıldan daha uzun bir süre önce kabul edilmiştir. Basın Kanunu'nun getirdiği özgürlük 1766'da kazanılmıştır. Bugün, haberin yayıncıları ve kamuyu ilgilendiren olayların dikkatli birer izleyicileri olarak hizmet verebilmek için, anayasal bir hak olarak düzenlenmiş olan ifade özgürlüğü ile Basın Kanununda düzenlenen özgürlükler çerçevesinde, yazılı basın ile radyo ve televizyonlar en yüksek derecede özgürlüğe sahiptirler. (<http://www.mediator.online> s:1). Ancak, bireylerin haksız ve nedensiz olarak kamuya yanlış

tanıtılmaları sonucu zarar görmeleri iyi gazetecilik uygulaması çerçevesinde çözümlenir.

İsveç'te medya, hemen hemen her bilgiye ulaşabilir ve bu bilgileri yayınlamaktan dolayı aleyhlerine dava açılması riski azdır. Ancak yayınlanan bilgiler, onur kırıcı yayına karşı dava açılmasını gerektirecek kadar hakaret içermemelidir. Bununla birlikte, bu gibi davalar sadece üç davadan birinde kazanılmaktadır ve bu nedenle ödenen teminatlar uluslar arası standartlara göre çok azdır; normal olarak 2.000 pound sterling kadardır (Jigenius 2002:1, www.ejc.nl):

Ülkede resmi belgelere ulaşma hakkı gazetecilere ve medya endüstrisine tanınan bir ayrıcalık değildir. Yasal düzenlemeler, resmi belgelerin tüm ayrıntıları ile halka açık olmasını emreder. Bu nedenle bu tür belgelere ulaşmak her vatandaşa verilmiş bir haktır. Uygulamada, gazeteciler kamuyu bilgilendirmek için bu haktan en fazla yararlanan kişilerdir.

İsveç'te her vatandaş, medyadan korkmak için haklı nedenlere sahiptir; kişinin özel yaşamı ve özel işleri hakkındaki bilgiler yasalara uygun şekilde elde edilebilir, kullanılabilir ve hatta kişi, şeref ve haysiyetine saldırıda bulunulduğunu düşündüğü zaman bile, davayı kazanması ve az bir tazminat alması olasılığı düşüktür. Buna karşın, kişinin mahremiyetinin medyada haksız ve nedensiz teşhiri sadece iyi gazetecilik uygulaması kavramı ile korunur.

Bu kavrama bağlı olarak, İsveç medyasının kendi kendini yönetmesi, özdenetim uygulaması, yasal olarak sınırsız olan bilgi ve ifade özgürlüğüne verdiği bir yanıt olarak kabul edilebilir.

1916'ya kadar basın, kişilerle ilgili gazetelerde yer alan pek çok yayının haksız ve ahlaka uygun olmadığını tebsit etmiş ve kişilerin bu durumu düzeltmesine izin verecek bir sistemin kurulması gerektiği konusunda uzlaşmaya ulaşmıştır.

İsveç basını bu nedenle dünyanın ilk Basın Konseyi'ni oluşturmuştur. 1969'da Toplum Temsilcilerini Basın Kuruluna üye olarak almış ve Ombudsmanlık Ofisini kurumsallaştırmıştır.

İsveç Basın Konseyi ve Basın Ombudsmanı

Basın Konseyi, Yayıncılar Kulübü, İsveç Gazete Yazı İşleri Müdürleri Derneği, gazeteciler sendikası tarafından 1916'da kurulmuştur. Konseyde, Anayasa Mahkemesi üyesi olan bir başkan ile ikisi halk temsilcisi, üçü basın örgütlerinin temsilcisi olan altı üye görevlidir (Alemdar 1990:64)

Basın Ombudsmanı, Basın Organizasyonları Ortak Çalışma Kurulu Başkanı, Baro Başkanı ve dünyada ilk defa 1809'da İsveç'te kurulan bir birim olan Adalet Ombudsmanı tarafından atanır. Ombudsmanın görev süresi üç yıldır. Başlangıçta Ombudsmanlar avukatlar veya hukuk doktorası yapmış olanlar arasından seçilmekteydi. Şu anda ise ivedi Basın Etiğinin hızlı ve etkin bir şekilde ele alınıp yürütülmesi gerekli görüldüğünden ilk kez bu göreve bir editör seçilmiştir.

Bu kurumların her ikisinde, medya tarafından gönüllü olarak kurulmuşlardır ve Gazete Yayıncıları Derneği ile Gazeteciler Birliği tarafından finanse edilirler.

Basın Konseyi ile Ombudsman Kurumunun işleyişi ve uygulamaları konusunda hükümet veya parlamentonun baskısı yoktur. İsveç medyası, baskı ve müdahale düşüncesinden güçlü

bir şekilde rahatsız olur ve gönüllülük karakteri onlar için çok önemlidir. Özdenetim sisteminin etkin işleyişi genelde baskıcı bir yasa karşısında arguman olarak ileri sürülür.

Basın Ombudsmanının görevi, gazete ve süreli yayınlarda kendileri hakkında çıkan haberlerden rahatsızlık duyan veya gerçeğe aykırı bilgi verildiğini düşünen bireylere Gazeteciler Meslek Etik Kurallarını incelemeleri konusunda tavsiye ve yardım sağlamaktadır.

Gerektiğinde, doğrudan veya başvuru sonucu Basın Konseyinin bir karar vermesi için başvurabilir. Ombudsman, birey ile basın arasındaki anlaşmazlıkları çözümlmek amacıyla danışmanlık veya hakemlik önerisinde bulunabilir, bireyin cevap ve düzeltme hakkını derhal kullanabilmesi veya gazetede cevap ve düzeltme metnine yeterli yer ayrılmasını sağlamak için ilgili gazete ile doğrudan görüşme yapabilir.

Bir gazete tarafından hakkında yanlış yayın yapıldığını düşünen bir kişi, örneğin mahremiyetinin ihlal edildiği gerekçesiyle, Basın Konseyine şikayette bulunabilir. Ombudsman düzeltme veya cevap hakkı yoluyla anlaşmazlığı çözüme kavuşturamadığı takdirde, gerekli görürse, incelemeyi yaptıktan sonra şikayeti Basın Konseyine gönderir.

İsveç'te Ombudsman, Gazete Yayıncıları Derneği'nin haricindeki yayınlara karşı şikayetlere de bakar böylece her tür gazete, süreli yayın ve genellikle sistemi kabul eden yayınları ele alır ve inceler.

Ombudsman karar vermeden önce konuyu kendi açısından savunması için sorumlu editöre fırsat verir. Eğer Ombudsman davayı reddetme kararı verirse, şikayetçi tarafından

Konseye başvurulabilir. Heryıl yaklaşık olarak 400 kadar şikayetin 70-80 kadarı Ombudsman tarafından ve 40-50 kadarı davacı tarafından Konseye gönderilmektedir (Jigenius 2002:3, www.ejc.nl).

Eğer basın konseyi bir şikayeti geçerli kabul ederse, bu konuda gazete ya da süreli yayını iyi gazetecilik uygulamasını ihlal ettiği için eleştiren bir bildiri hazırlar. Gazete gecikmeksizin bu bildiri yayınlıyor; aynı zamanda Konseye bir ceza öder. Bu gün itibarıyla, 2000 pound sterling olan bu miktar 10.000'den daha az tirajı olan gazeteler için daha düşüktür (Jigenius 2002:3, www.ejc.nl).

Davacı her hangi bir tazminat kazanmayabilir, öte yandan dava işlemlerinden her hangi bir ücret alınmaz. Eğer şikayet nedeni alternatif olarak ceza davası açmayı düşündürebilecek nitelikte ise, konsey uygulamaları mahkemede dava açmaktan daha az riskli ve daha fazla göze çarpar niteliktedir. 1996'da 78 gazete Basın Konseyi tarafından eleştirilmiştir.

Basın Ombudsmanı ve Basın Konseyi normal bir vatandaşın mahremiyetinin ihlali konusunda çok ciddi ve serttir, ancak konu daha toplumsal kişileri kapsadığında, özellikle politikacılar, yüksek rütbeli memurlar, şirket müdürleri, sendika başkanları gibi güçlü olanlar söz konusu olduğunda, çok daha az toleranslı olarak olaya yaklaşır.

"Kamu" ve "Özel" arasındaki çizgi yazılı kurallarda veya kanun maddelerinde açık bir biçimde çizilmemiştir; basının görüşü böyle bir çizginin en iyi şekilde davadan davaya farklı olarak çizilebileceği, sonucun mahkeme tutanakları ve dava sonuçlarından daha az yasal bir nitelikte olabileceği yönündedir.

Basın Ombudsmanı ve Basın Konseyi her zaman yasal kamu çıkarlarına saygılıdır. Mahremiyetin korunması bakımından, kendini yönetme sistemi asla yasalardan daha yetersiz görünmemektedir; kişilerin mahremiyeti, ve özellikle sıradan vatandaşları, İsveç gazetelerince genelde, meşru kamu çıkarı ile ilgili bilgileri sınırlamaksızın, saygı ile karşılanmaktadır. İsveç'te "iyi gazetecilik uygulaması" nın yorumundan en başta İsveç Basın Konseyi sorumludur; Basın Konseyi'ni ilgilendirmeyen meselelerde ise Basın Ombudsmanı bu sorumluluğu devralır. Basın Konseyi ve Ombudsmanın radyo ve televizyon programlarından sapma gibi konularla ilgilenmediğini belirtmek gerekir. Bu gibi programlardan, İsveç Hükümeti tarafından atanan Yayıncılık Komisyonu sorumludur. Eleştirilen gazeteye ek olarak, Basın Konseyi'nin gerçek ve kısa bir rapor biçimindeki kararı Basın Bülteni'nde ve "The Journalist" de yayınlanır. Basın Konseyi kararlarının bir örneği İsveç Gazete Yayıncıları Derneği'ne gönderilir.(Ukpabi 1999:289)

Yasalara bağlı Yayın Kurulu iyi gazetecilik uygulamasını çoğu kez aynı biçimde uygulamaktadır. Şikayetler, yöntemleri veya gazetecinin davranışını ilgilendiriyorsa, Gazeteciler Birliği'nin Meslek Etik Komitesine havale edilir.

İyi gazetecilik uygulaması kavramı çoğu ülkelerde hemen hemen aynı gibi görünmektedir; bununla birlikte, normal olarak hüküm giymiş kişilerin bile adının açıklanmaması şeklindeki İsveç uygulaması bu gibi davalarda isim belirtmeyi normal bir uygulama sayan Anglo-Saxon Basını tarafından egzotik olarak nitelendirilmektedir.

İsveç Basın Konseyi Ortak Çalışması ve Medya İçin Ortak Etik Kurallar

Gazeteciler için meslek ahlak kuralları ilk defa 1923'te Yayıncılar Kulübü tarafından kabul edilmiştir. İsveç Gazeteciler Sendikası ve 1974'ten başlayarak gazeteciler, yazı işleri müdürleri ve radyo-televizyon kuruluşları kendi ahlak ilkelerini oluşturmuştur. (Alemdar 1990:64)

İsveç medyası için etik, sadece formal kurallar dizgesinin uygulanmasından ibaret değildir. Medyanın, topluma hizmet görevini yerine getirmesi, sorumluluğunu sürdürebilmesi içinde gereklidir. Bu nedenle İsveç Basın Konseyi yazılı basın, radyo ve televizyon basınına kapsayacak etik kuralları hazırlamak üzere ortak bir çalışma grubu oluşturmuştur. Tüm medya için geçerli olan etik kurallar bütünü Eylül 1995'te Basın Konseyi Ortak Çalışması tarafından benimsenmiştir. Ortak Çalışma Konseyi, Yayıncılar Kulübü, İsveç Gazeteciler Derneği, İsveç Gazete Yayıncıları Derneği, İsveç Radyosu, İsveç Televizyonu, Eğitim Radyosu ve Radyo Yayıncıları derneğinden oluşmaktadır (Ukpabi 1999:288)

Yazılı Basın, Radyo ve Televizyon için Etik kurallar şöyledir (www.uta.fi/ethicnet.2002:2-4):

Aleniyet Kuralları

Doğru haberi sağlayın

- 1- Toplumda kitle iletişim araçlarının sağladığı rol ve toplumun bu iletişim araçlarına olan güveni doğru haber ve objektif haber yayınlanmasını gerektirir.
- 2- Haber kaynakları konusunda eleştirci olun. Eğer daha önce yayınlanmışlar ise, olgulara içinde bulunan koşullar

çerçevesinde, olduğunca dikkatli bir biçimde inceleyin. Okuyucu/dinleyici/izleyicinin haberler ile yorumlar arasında ayırım yapmasına izin verin.

- 3- Haber sütunları, başlıklar ve giriş bölümleri metinler ile desteklenmelidir.
- 4- Resimlerin gerçek ve inanılır olduğundan emin olun. Resimlerin ve grafiklerin doğru olduğundan ve yanıltıcı bir biçimde kullanılmadığından emin olun.

Kanıtları cömertçe ele alın

- 5- Olgular ile ilgili, hatalar, başvurulduğunda düzeltilmelidir. İfadeleri kanıtlar ile çürütmek isteyen her hangi bir kişiye, eğer bunu yapmak yasal ise, bunu yapma fırsatı verilmelidir. Düzeltmeler veya savın çürütülmesi derhal uygun bir biçimde yayınlanmalıdır ve bu, orijinal bilgiyi almış olanların dikkatini çekecek biçimde yapılmalıdır. Şurası da unutulmamalı ki, savın çürütülmesi her zaman editör yorumunu gerektirmez.
- 6- Kendi kuruluşunuzu ilgilendirmesi durumunda İsveç Basın Konseyi tarafından belirtilen düzeltmeyi derhal yayınlayın.

Bireylerin mahremiyetine saygı gösterin

- 7- Bireyin mahremiyetini aşabilecek durumlarda tanıtım yaparken dikkatli olun. Eğer o kişi açık bir biçimde kamuyu ilgilendiren bir kişi değil ise, bu tür hareketten kaçının.

- 8- İntihar ve intihar girişimi ile ilgili duyurularda dikkatli olun, özellikle akrabaların duygularını ve yukarıda belirttiğimiz kişinin mahremiyetini düşünün.
- 9- Suç ve kaza kurbanları konusunda her zaman çok dikkatli olun. Kurbanlar ve akrabalarının resimlerini yayınlarken isimleri ve resimleri dikkatle inceleyin.
- 10- Haberi verdiğiniz bağlamda özellikle önemli değilse veya kötüleici nitelikte ise, söz konusu kişinin ırk, cinsiyet, milliyet, meslek, politik eğilimleri veya dini inaçları konusunda vurgulama yapmayın.

Resimlerin kullanılmasında dikkatli olun

- 11- Uygulanan bir olduğu takdirde, bu kurallar resimlere de uygulanmalıdır.
- 12- Montaj yapmak, bir resmi elektronik yöntemle rötuşlamak, veya bir resim için metin formüle etmek okuyucuyu yanıltacak veya aldatacak biçimde yapılmamalıdır. Resmin montaj ve rötuş ile değiştirilmiş olduğunu daima belirtin. Bu kural resmin dosyalanması için de geçerlidir.

Tarafları dinleyin

- 13- Aynı zamanda, asıl raporda eleştirilen kişilere eleştiriye cevap verme fırsatı tanıyın. Söz konusu tüm tarafların görüşlerini bildirmelerine de izin verin. Çeşitli türdeki raporların amacının raporlardaki kişilere zarar vermek olabileceğini unutmayın.

- 14- Unutmayın ki, yasa nazarında, bir suçtan dolayı şüphelenilen kişi suçluluğu kanıtlanıncaya kadar suçsuz olarak kabul edilir. Tanımlanan davanın nihai sonucu belgelendirilmelidir.

İsimleri yayınlarken dikkatli olun

15. İsimlerin yayınlanması durumunda kişilere zarar verebilecek sonuçları dikkatli düşünün. Açıkça kamunun dikkatini çekmeyecek ise, isimleri yayınlamaktan kaçının.
16. Eğer bir kişinin ismi belirtilmeyecek ise, söz konusu kişinin tanımlanmasına ipucu olacak unsurlardan yani resmini yayınlamaktan veya mesleği, ünvanı, yaşı, milliyeti, cinsiyeti v.b. özellikleri ile ilgili ayrıntıları vermekten kaçının.
17. Resimleri ve isimleri yayınlamanın tüm sorumluluğunun materyalin yayıncısında olduğunu unutmayın.

Mesleğe İlişkin Kurallar

Gazetecinin dürüstlüğü

- 1- Yayın yönetmenlerinin dışında her hangi bir kişiden görev kabul etmeyin.
- 2- Her hangi bir görev veya seyahati kabul etmeyin. Serbest ve bağımsız bir gazeteci olarak statünüze zarar verebilecek olan bedava bir seyahati veya işinizin içinde ya da dışında her hangi bir yarar sağlayacak durumu kabul etmeyin.

- 3- Gazetecilik pozisyonunuzu kendinize veya bir başkasına çıkar sağlamak için veya kişisel ricalarda bulunmak için kullanmayın.
- 4- Devlet, belediyeler, kuruluşlar, şirketler veya özel kişiler tarafından henüz yayınlanmamış ekonomik koşulları veya önlemleri kendinizin veya bir başkasının yararına olacak biçimde kullanmayın.
- 5- Gazeteciler için Kollektif Anlaşma'daki maddeleri, ki insanlık görevleri kendi, inancının aksine de olsa yazmasını emreder, unutmamalısınız.

Malzemenin elde edilmesi

- 6- İfadelerinin nasıl ve nerede yayınlanacağını önceden öğrenmek isteyen röportaj yapılacak kişilerin makul düşüncelerine uyun.
- 7- Röportaj yapmaya alışık olmayan kişilere özel anlayış gösterin. Bu konuşmanın yayınlanmak ya da yalnızca bilgi için yapıldığını ona bildirin.
- 8- Görüşmeleri veya resimleri tahrif etmeyin.
- 9- Fotoğraf çekmek veya tedarik etmek konusunda düşünceli olun, özellikle kazalar ve suçlar ile ilişkili olarak.
- 10- Haklı yayını önlemek veya kısıtlamak niyeti ile baskı yapan dış güçlere teslim olmayın.
- 11- Kotasyon kuralları ve fotoğraf hakları kadar telif haklarını da araştırın.
- 12- Basılı materyal dışarıdan elde edilen bilgiye dayanıyorsa, kaynağını belirtin.

Basın bültelerinin zamanı

- 13- Basın bildirimlerinin üzerinde anlaşmaya varılmış zamanlarına saygı gösterin.

Reklam Kuralları

Ana kural

Dürüstlük kadar, basın, radyo ve TV ye olan güveni koruyun. Kamu oyunun her hangi bir kişinin programın (metnin) içeriğini etkileyebileceği kuşkusuna kapılmasına izin vermeyin. Bu nedenle yazılı metin materyali arasında gazetecilikle motive edilmemiş her hangi bir şeyi yayınlamayın veya sunumunu yapmayın. Bu, yayınlanan malzemenin reklam amacı olmaması gerektiği gerçeğini kapsar, ancak haber ve bilgi niteliği taşıması gerekir veya eğlence ve artistik nedenler ile motive edilmelidir.

Genel düzenlemeler

- 1-Materyali yalnızca gazetecilik ve/veya programla ilgili kararlar ile çerçeveleyin. Niyet, asla her hangi bir ürün veya hizmete tanıtım olmamalıdır; sunulan malzeme de izleyiciye onun ticari bir niteliğe sahip olduğunu düşündürecek biçimde olmamalıdır. Reklâmın "hızlı bir bakışta" bile yazılı metin ile karşılaşmamasına dikkat edin.
- 2-Her hangi bir biçimde reklâm lehine çağrışım yaptıkları takdirde, makale ve program öneri ve düşüncelerini göz ardı edin. İske olarak, bedava veya harcamalarınızın büyük ölçüde karşı tarafça karşılanacağı seyahatleri de reddedin. Armağan veya diğer eşyaları reddedin. Asla bir şeyi yayınlayacağınıza dair önceden söz vermeyin.

- 3- Tüketicuyu bilgilendiren makaleler ve programlar gazetecilik dürüstlüğüne özellikle büyük yük getirir. Bu nedenle, makalelerde/programlarda ürünlerin/hizmetlerin seçiminin nasıl yapıldığını gösterin. Ürünlerin/hizmetlerin nasıl karşılaştırılıp test edildiğini açıkça belirtin. Ürünlerin gözden geçirilmesi sırasında özellikle dikkatli ve eleştireci olun. Yalnızca sınırlı ürün grupları, veya ürün veya hizmet üreticilerinin, depoların, mağazaların, lokantaların v.b. yalnızca biri hakkında bilgi vermekten kaçınin.
- 4- Tiyatro gösterileri, konserler, filmler, sanat sergileri, spor olayları hakkında bilgiler verin ve aynı şekilde haberin değerini belirlemek için normal gazetecilik değerlendirmesi yolu ile bilgi aktarın. Malzemeyi eleştirel bir gözle inceleyin ve gazetecilik açısından motive edilmiş bir biçimde verildiğinden emin olun. Eğer yeni şirketler ve mağazalar ile ilgili bilgi ve resimleri içeriyorsa ve aynı şekilde gazetecilik değeri taşıyorsa, bu konu üzerinde dikkatle düşünün.
- 5- Eğer gazetecilik açısından mutlaka yapmanız gerekiyorsa, yalnızca fiyatlarını belirten veya her hangi bir biçimde partilerde, yarışmalarda karnavallarda, hayır işleri için düzenlenmiş balolarda sponsor olan organizasyon ve şirketlerin adlarını verin. Radyo Kanunu'nun 6.maddesinde olduğu gibi yayın şirketleri anlaşmaları da değinilen bu türden sponsorluğu kapsar.
- 6- Metin için ayrılmış boşlukta bireylerin hak ve yükümlülükleri hakkındaki bilgileri ve eyalet ve belediye yetkililerinin talep ve arzularını içeren diğer genel mesajları yayınlamayın/sunmayın. Yayın şirketleri, devlet/eyalet ile

yayın şirketi arasında mevcut olabilecek anlaşmada mevcut otoritelerin mesajlarının yayınlanmasını öngören maddelere ve buna bağlı olarak iç tüzükteki maddelere tabidirler. Şirketler ve organizasyonlar hakkındaki olguları örneğin, açılış saatleri, ürün demonstrasyonları ve gazetecilik açısından motive edilmemiş ödüllü yarışmalar veya diğer düzenlemeler hakkındaki olguları metin için ayrılmış boşluğa dahil etmeyi reddedin.

- 7- Kendi ürün ve hizmetleri kadar kendi düzenlemeleri için gazetelerin ve yayın şirketlerinin reklâmları ise reklâmlar olarak sunulacaktır.
- 8- Fotoğraflama amacı ile matzeme kullanırken (araba, deniz tekneleri, giyim, mobilya, mutfak gereçleri v.b.), bunlar için ancak gazetecilik motivasyonu olduğu takdirde üreticilerin, yeniden alıp satanların veya perakencilerin adlarından söz edilebilir.
- 9- Gazetelerde editör metinleri için ayrılmış özel sayfa ve ekler gazetecilik açısından motive edilmelidir. "İş piyasası", "tekne piyasası", araba piyasası" gibi reklâm olarak düşünülebilecek gözlemler veya aynı şekilde, ürünlerin veya hizmetlerin satış için sunulabileceğini ima eden gözlemler reklâm olarak sunulmalıdır.
- 10- Gazetelerde sunulan inşaat şirketlerindeki tedarikçiler veya girişimciler listesi reklâm formunda ele alınmalıdır.

Sonuç

İsveç'te 1766'da yasallaşan Basın Özgürlüğü karşısında, medyanın bu özgürlüğü kötüye kullanarak etik olmayan davranışlarla bireyin temel hak ve özgürlüklerini ihlal etmesini önlemek amacıyla 1916'da birer özdenetim modeli olan Basın Konseyi ile 1969'da Basın Ombudsmanı uygulamaları kurumsallaştırılmıştır. Medyanın toplum önünde saygınlığını sürdürebilmesi amacıyla özdenetim ve medyanın kendi kendini kontrol etmesi gerektiği düşüncesi temelinde yaklaşık seksen yıl süren arayışlar, basın ve yayın kuruluşlarının katılımı ile İsveç Basın Konseyi Ortak Çalışma Grubu tarafından hazırlanan yazılı basın-radyo ve televizyonlar için etik ilkelerin benimsenmesi ile sonuçlanmıştır.

Türkiye'de medyanın, kamusal yayıncılık hizmeti anlayışını özümseyerek, çağdaş toplumun oluşmasına katkıda bulunmayı hedefleyerek, kamusal çıkarları, her türlü kişisel, kurumsal, politik ve ekonomik çıkarlar üzerinde gören bir iletişim ortamının yaratılmasına katkıda bulunabilmesi, hak ve özgürlüklerini koruyabilmesi ve hatta ilerletebilmesi için özdenetim uygulamalarını gözden geçirmesi gerekmektedir. Radyo-Televizyon Üst Kurulu verilerine göre Nisan 1994 tarihinden Nisan 2002 tarihine kadar; 3984 Sayılı Kanununun 4.maddesinde yer alan yayın ilkelerini ihlal nedeniyle; televizyon kanallarına 1102 uyarı cezası, 4203 gün kapatma cezası, radyo kanallarına 852 uyarı cezası, 14.940 gün kapatma cezası tüm yayın kuruluşlarına ise toplam 19.149 gün yayın durdurma cezası verilmiştir. (Özdiker 2002:12)

Bu sayısal yasal yaptırım verileri karşısında tüm basın ve yayın kuruluşlarının özgürlük, bağımsızlık, saygınlıklarını korumak

için, bilinen tek yöntem olan özdenetime önem vermeleri gerektiği gözlemlenmektedir.

İsveç örneğinde görüldüğü gibi yazılı, görsel ve işitsel alanda yayıncılık gerçekleştiren çok sayıdaki yayın kuruluşunu, bir etik ilkeler bütünü çatısı altında gönüllü olarak birleştirecek bir ortak çalışma, büyük oranda ülkemizdeki etik kural karmaşasını, şikayetleri ve medya terörü söylemlerini sona erdirebilecek, medyamız bağımsızlığına özgürlüğüne sahip çıkabilecek ve güvenilirliğini, inanılrlığını sürdürebilecektir.

Kaynakça

- ALEMDAR, Zeynep (1990): Oyunun Kuralı Basında Özdenetim, Bilgi Yayınevi, Ankara
- JIGENIUS, Par-Arne (2002) "Organising Media accountability <http://www.ejc.nl/hp/mas/jigenius>
- ÖZDİKER, Cengiz (2002). "Basın, Temiz Toplum" ve "Medya Terörü Üzerine", RTÜK İletişim, Sayı:28
- UKPABI, Chudi (1999). Handbook on Journalism Ethics, Crede Communication, Cape Town.
- <http://www.mediator.onlinebg>
- <http://www.uta.fi/ethicnet/sweden.htm/>