

TEMİZ TOPLUM HEDEFİ VE MEDYA GERÇEĞİ

Güliz ULUÇ*

Abstract

Information is the substance and sustenance of a democratic society. Information should be understood in a wide sense; not just factual information but also the opinion, comment, criticism and discussion that are needed to keep democracy healthy and society free. The providing people with information gives the mass media its vital role.

While mass media carry out this positive role, sometimes it can also suffer the corruption their inside. The aim of this study is analyze relationship between corruption, media and democracy and discuss the impact of media corruption to social life. Conclusion, the causes of corruption in Turkish media are analysed in the light both sociological, legal end politic paradigms and alternative solutions are offered.

Key words: Democracy, mass media, corruption, responsibility.

.....

* Yrd.Doç.Dr., Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi

Kişilerin görevlerini yapabilmeleri için sahip oldukları yetkileri kötüye kullanmaları ile oluşan yolsuzluklar ya da bir diğer deyişle çürümeler günümüzde toplumları tahrip eden en önemli faktördür.

Kamu görevlilerinin devlet hazinesinden yemeleri (zimmet), özel kişilerden para almaları (rüşvet)nin yanısıra, siyasal partilerin iktidara gelince yandaşlarını kayırmaları, üst düzey bürokratların siyasal korumacılık eğilimleri (patronaj), akraba ve dost kayırmacılığı (nipotizm ve kronizm), yeniden seçilme kaygısıyla devlet olanaklarını seçim bölgelerine aktarmak (lobicilik), devletin yarattığı yapay ekonomik aktarmaları elde etmek (rant kollamacılığı) kurumlaşan bu çürümenin/politik kleptokrasinin dışa vuran göstergeleridir. Yolsuzluklarla ilgili çöl ve yeşil alan ilişkisinde geçerli olan bir kural söz konusudur. Eğer yeşil alan büyükse onun iklim potansiyeli çölü yeşertir. Çöl büyükse onun iklim potansiyeli ise yeşil alanı öldürür. Toplumda namuslularla, namussuzların çarpışması o toplumun temizlik oranını belirleyecektir (Akiten 1993).

Türk toplumunda ise “Balık baştan kokar”, “Devlet malı deniz, yemeyen domuz”, “Bal tutan parmak yalar”, “Gemisini kurtaran kaptan”, “Doğru söyleyeni dokuz köyden kovarlar”, “Bana dokunmayan yılan bin yıl yaşasın” sözlerinde de görüleceği üzere son yıllara kadar genel bir tepkisizlik, duyarsızlık söz konusuydu. Bu noktada toplumun değer yargıları konuya girmektedir.

Eğer köşe dönmeçilik üretmenin; kurnazlık, çalışmanın; başıboşluk ve karmaşa, özgürlüğün; slogancılık, düşünce yeteneğinin; zorbalık, hukukun; bireysel çıkar, toplumsallığın yerini almışsa, köşedenenlere bilinç altında gizlice hayranlık duyulurken, namuslular küçümseniyorsa, para herşeyin göstergesi olmuşsa,

bundan daha iyi bir yolsuzluk ortamı bulunamaz (Selçuk 1997:13). Toplumun dokusuna işlemiş bu yolsuzluk olgusu ise çoğu zaman, bu oyunun oyuncularları arasındaki kişisel çatışmalar ve kavgalar sonucu, yani bir şekilde kendi kendilerini ele vermeleri, deşifre etmeleri sonucu ortaya çıkmakta ve medyaya yansımaktadır.

Şu da bir gerçek ki, böylesi bir toplumsal yapıda, neredeyse herkes az ya da çok bu sistemden sorumlu olup, hiç kimse ak koyun olduğunu iddia edemez. Hemen herkes, kurallardan kaçmanın yolunu ararken, vergisini vermemek ya da az vermek için uğraşırken, trafik kuralını çiğnerken, sırada bir öncekinin sırasını kapmaya, öne geçmeye fırsat kollarken, kimisi hazine arsasında ruhsatsız inşaatlarda otururken, hiç düşünmeksizin yere tükürüp, çevreyi kirletirken, gürültü edene vb. nemalazımcılıkla tepkisiz kalırken, yolsuzlukların böylesi bereketli bir toprakta alabildiğince yeşermesini normal karşılamak gerekir. Söz konusu toplumsal kirlenmeyi sadece yasaklarla düzeltmek ise olanaksızdır. Böylesi bir alt yapıda, her yasa ve getirdiği yasak, yeni bir yolsuzluk üretecektir.

Öncelikle, ekonominin rant ve kayıt dışı ekonomiden kurtarılıp üretime dayandırılması, devlet ve yönetimde gizliliğin kaldırılıp şeffaflığın sağlanması, yönetim olgusunun yerinden yönetimlere kaydırılması, bürokratik yapının hantallıktan kurtularak, esnekleşmesi (hiç bir yetkili ita amirinin ödeneği dışında harcama yapmaması ve ödeneğini artıncı yöntemlere başvurulamaması) gelir dağılımının düzeltilmesi, eğitim düzeyinin artırılması, yolsuzluğun sıradışı bir ahlaksızlık haline gelmesi ve böylelikle yapanların buldukları ortamdan dışlanması (ki aksi takdirde, dürüst, düşünüen, ahlak ve karakter sahibi kişiler siyasal hayatın dışında

kalmakta, hatta okudukları, duydukları, gördükleri karşısında karamsarlığa kapılarak, enformasyondan kaçmakta, böylelikle de bir anlamda pasifize olmaktadır), toplumda tecrit edilmeleri sonucunu doğuracaktır.

Medyanın Rolü

Demokrasi ve bu bağlamda konumuz olan temiz toplum, medyanın siyasal sistem için bir dizi işlevi yerine getirmesini ister. Bunlardan en önemlileri (Gurevitch ve Blumler 1997:200).

1. Toplumsal ve siyasal çevrenin gözetimi, yurttaşların refahını olumlu ya da olumsuz etkileyecek gelişmelerin haber verilmesi,

2. Günün önemli sorunlarını, çözüm önerileri ile birlikte saptayarak gündem koyma,

3. Hem toplumdaki tüm toplumsal grupların çeşitli görüş açıları arasında hem de iktidar ile kitleler arasında diyalog sağlama, böylelikle, her türlü fikir ve düşüncenin serbestçe tartışılabilirdiği bir düşünce pazarı oluşturmak,

4. Yurttaşları toplumsal ve siyasal çevre oluşturmak konusunda bilgilendirirken, tercih ve katılımları konusunda da teşvik etme,

5. Kamu görevlilerinin ellerindeki gücü nasıl kullandıklarına ilişkin denetim mekanizması oluşturmaktır.

Medya demokratik toplumlarda kamu adına gözetim işlevini ve görevini üstlenen dördüncü güçtür. Halkın yönetime katılması, oy kullanması ve seçtiği kişilerin icraatlarından bilgi sahibi olarak onları denetleyebilmesi için, medyanın üç güç olan yasama,

yürütme ve yargıyı kamu adına gözetim altında tutarak, belirlediği aksaklıklarından kamuoyunu haberdar etmesi gerekir.

Kamu yararını ön plana alan medya, kamuoyunun özgürce oluşumuna katkıda bulunma (bence “kamuoyunu oluşturma” terimi potansiyel bir negatif anlam yüküldür) fonksiyonunu, kitlelerin doğru, hızlı ve tarafsız olarak haber almalarını sağlayarak yerine getirir. Böylelikle medya bireyin doğru haber ve bilgi alma, bilgilenme özgürlüğünü kullanmasına olanak sağlarken bir yandan da watch dog (bekçi köpeği) rolünü de üstlenmektedir. Bu rolünü yerine getirirken; siyasi partilerin borazanı olmak, siyasal iktidar için kendi gücünü tek başına ya da başkaları ile beraber kullanmak gibi hareketlerden kaçınılmalıdır.

Egebank (Kasırga 1), Sümerbank (Kasırga 2), Yurtbank (Kasırga 3), Bank Ekspres (Kasırga 4) gibi banka ve Buffalo, Balina, Fırtına ve Beyaz Enerji gibi operasyonlarda halkı bilgilendirici, kamuoyunu aydınlatıcı rolü yadsınamaz olsa da, kitle iletişim araçlarının temiz toplum bağlamında bazı aksayan yönlerinin de üzerinde durmakta fayda vardır.

Medya/ Sermaye/İktidar İlişkileri

Medyanın bu görev ve işlevlerini yerine getirmesinde en büyük engellerden biri medyada yoğun bir biçimde yaşanmakta olan tekelleşmedir. İletişim teknolojilerinin gerektirdiği yüksek maliyet piyasaya girişi her geçen gün zorlaştırmakta ve tekelleşmeyi önleyici yasal düzenlemeler örneğin 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un 29. maddesi, uygulamada yeterli olmamakta, medya alanında bir avuç girişimcinin egemenliği söz konusu olmaktadır. Bunun ise, çeşitlilik

ve çok seslilik açısından sakıncası açıktır. Kitle iletişim araçlarındaki sayısal artış, beraberinde içerik çeşitliliğini de getirmemektedir. Kamusal olaylara farklı bakış açıları içeren programlarda bir artış söz konusu değildir.

Finans sektöründen, medya sektörüne doğru yayılma ve genişleme sonucu, bankalar vb. finans şirketleri gazete, radyo, televizyon sahibi olurken, medya sahipleri de bankacılık, devlet ihaleleri, ithalat ve ihracat gibi farklı alanlarda faaliyet göstermektedir. Piyasada varolabilmek için piyasanın kurallarına uymak gerekmekte, iş medya piyasasına gelince, sadece ekonomik karlılığı gözeten kuralları değil, bu karlılık amacını örten, gizleyen ve medyanın piyasada varoluşunu haklılaştıran kuralları da benimsemek gerekmektedir.(İnal 2001)

Ahmet Oktay, bu konuya ilişkin basını karlı bir alan olarak gören büyük sermayenin güttüğü amaçları üç temel noktada özetlemektedir:

- a-Kendi ürünlerinin reklam ve pazarlamasını sağlamak;
 - b-Giderek büyüyen reklam pastasından daha büyük bir pay kapmak;
 - c-Basının gücü karşısında duyarlı olan iktidarla iyi ilişkiler kurmak.
- (1988) Finans çevrelerinin iktidarı da yanlarına alarak, basın üzerindeki gücüne değinen Toktamış Ateş, konuya ilişkin şu belirlemeyi yapmaktadır:“Kitle iletişim araçlarının sahipleri ve bunların ardındaki güçlerin, egemen güçlerle her zaman yakın ilişkileri olmuştur. Ve bunun olması doğaldır. Ancak hiçbir zaman bugünkü boyutlarına ulaşmamıştır. Bugün medyayı “para” yönlendirmektedir. Ne görüntülü basında, ne sesli basında, ne de yazılı basında yönetici” konumunda hiçbir gazeteci yoktur. Hepsi

işadamıdır ve gazeteler de ticari bir işletmedir. İlişkilerin “para temelinde” belirlendiği bir ticari işletme”(1994:170).

Medya sahipliğindeki bu değişimin beraberinde getirdiği olumsuzluklardan biri ve en belirleyici olanı, medyanın ait olduğu holdinglerin etkinlikleri üzerine gidememesidir. Medya sahipliğindeki değişim, medyanın hükümetle ilişkilerini de değiştirmekte, kâr artırma amacı ile ve çıkar hedefli ilişkiler kurulabilmektedir (İrvan 1994:79). Bu sadece bizde değil tüm dünyada da böyledir. Nitekim Japonya'nın önde gelen nükleer santral yapımcılarından olan Toshiba, Toshiba Emi müzik şirketince piyasaya sürülen ve Japonya'nın nükleer programını eleştiren bir müzik videosunu 1988 yılında piyasadan çekmiştir (Murdock 1990:56).

İtalya ile Apo nedeniyle yaşanan gerginlik döneminde, Galatasaray Juventus maçı arasında, bir televizyon kanalında milletçe İtalyan malı almamamıza rağmen, bölücü örgüte kucak açan İsveç'in Ericsson telefonlarını aldığımız ve Ericsson'un ortak olduğu Türkcell'e abone olduğumuz belirterek, o televizyon kanalının sahibi olduğu Telsim'in üstü kapalı biçimde önerildiği, hatırlardadır. Söz konusu ticarileşme (commercialization) eğilimi doğrultusunda, kitle iletişim araçları kamu çıkarlarını değil, kendi ekonomik çıkarlarını ön plana alırken, devleti denetim görevini belirli ekonomik güçlerin çıkarları paralelinde yürütmektedir. Bu tür gazetecilik ise, çek defteri gazeteciliği, arabulucu gazetecilik, komisyoncu gazeteci, tüccar gazeteci gibi farklı tanımlarla ifade edilmektedir. Medyanın çıkar ilişkileri ve devletle kurulan ilişkiler (ki bunlar devletin açtığı ihaleler, basına krediler, teşvikler vb merkezlidir, 3984 sayılı kanununun 29. maddesinin kamu ihalesine

katılabilecek olanları bir televizyon kanalında en fazla % 10 hisseye sahip olmakla sınırlandırmasına rağmen, radyo ve televizyonlarda hisse miktarı % 10'dan fazla olanlar da devlet ihalelerine girmektedirler) bazı kişilerin gazeteci sıfatlarını bile tartışabilir hale getirmektedir.

Ve Diğerleri.....

Medyanın yüksek maliyetler nedeniyle reklama bağımlılığının artması beraberinde reklam verenlerin baskısını ve medya kuruluşunun yayınlacağı heberlerle ilgili reklam veren kuruluşların tepkisini de hesaba katma zorunluluğunu da getirmektedir ki çoğu zaman bu sorumluluk, haberin içeriğinde ve yayın biçiminde (hangi sayfada ve büyüklükte verildiği, haberin devamının olayla ilgili gelişmelerin yayınlanıp, yayınlanmadığı gibi) önemli değişikliklere neden olabilmektedir. Böylelikle medya kamusal denetim görevini yerine getirirken, yapısal aksaklıkları nedeniyle kendi kendisini kısıtlamakta, sınırlamaktadır.

Günümüzde, yeni teknolojiler kullanan kitle iletişim araçlarının insanları büyük bir hızla bilgi bombardımanına tuttukları kesin olmakla beraber, eriştiğimiz bilgi sayısının fazlalığı, kimilerince bilgi çığı altında ezilmek olarak nitelendirilmektedir. Elihu Katz (1992: 5-14) bunu bir şeye çok yaklaşan bir kişinin, onun daha az bir kısmını görebilmesine benzetmektedir. Jean Pierre Dupuy (1980: 48) da söz konusu olguyu "Daha fazla, daha fazla bilgi ancak daha az, daha az anlam" şeklinde tanımlamaktadır.

Bu nedenle eğer gerçekten üzerimize bir bilgi çığı düşmüşse ve etrafımızı saran bilgilerin pek çoğu da fazla önemi olmayan bilgilerse, bunlara ulaşabiliyor olmaktan fazlaca bir yarar da

beklenemez. Gazetecinin yapması gereken ise, hoş ama boş bilgileri (nice to know information) eleyip, bilinmesi zorunlu bilgileri (need to know information) yayınlamaktır (Tılıç 2001:13)

Ana haber bültenleri dahi, tüm haber programlarını popüler bir habercilik anlayışı istila etmiş, haber programları magazinleşmiştir. Çok satan (yüksek tirajlı) gazetelerin hemen hepsi giderek televizyonlara benzemiş ve artık medyanın haber verme işlevinden değil, haberler ile eğlendirme işlevinden (infotainment) söz etmek daha doğru bir anlatım haline gelmiştir (Kaya 2001:69). Medyadaki konular bir hikaye tadı ve derinliğinde algılanırken, kimi zaman haberlerin özünden uzaklaşmakta ve derinliği yitirilmektedir. Geçen yıl Mayıs ayında Umur Operasyonu'nda gazetelerin "Uğur Mumcu'nun katili yakalandı" şeklinde manşet atmaları (ki henüz ortada yalnızca bir katil zanlısı ve polis operasyonu olup, daha yargılamaya bile başlanmamıştır) ve yaklaşık bir ay sonra ise "Mumcu'da fiyasko, katil değilmiş...." gibi başlıklar kullanmaları, haberlerin ne denli yüzeysel ele alındığına örnektir.

Ayrıca medyanın pek çok iç ve dış politika sorununda, örneğin; Yunanistan ve İtalya ile ilişkilerin gergin olduğu dönemlerde, mahalle kabadayısı vari slogan ve söylemler içeren haberleri ve özellikle kriz dönemlerinde "Battık" krizden çıkınca da "Yırttık", "İşler Tıkırında" başlıklı haberleri anımsanabilir.

Postman'a göre de medyada eğlence eğilimi öylesine yaygındır ki, dokunduğu herşeyi önemsizleştirir. Var olan az sayıdaki kaliteleri programda asıl amacı gerçekler yerine oyalayıcı hazlar sunarak dikkatimizi çekmek olan çeşitli program ve reklamlarla kuşatılmıştır. ¹

Bu ise, aydınlatılmak, siyasi ve diğer her konuda tercihini yapabilecek şekilde bilgi sahibi olmak hakkına sahip olan kamuoyu ile bu göreve sahip olan iletişim araçları açısından sorun ortaya çıkarmaktadır. Kâr ya da özel çıkar amaçları doğrultusunda iletişim araçlarının içeriğinde magazin yaygınlaşması, okuyucu ya da izleyicinin o konuda öğrenmesi gerekenden daha azla yetinmesini sonuçlamaktadır. Demokrasi yurttaşın en fazla bilgiye sahip olmasını ve geniş bir haber alma hakkını içeren bir kavram olduğu için, bunun tersine davranış demokrasinin özünü de zedelemektedir. Bu nedenle, basın yayın kuruluşlarının kâr amaçlarını, kamu hizmeti anlayışıyla dengelemeleri gerekmektedir.

Türkiye'nin en temel ve derin sorunlarının kimisi, kitle iletişim araçlarında yer almamaktadır. Örneğin, Türkiye'nin neredeyse yarısı köylüdür ama tarım sorunları kitle iletişim araçlarında yer almaz. İşsizlik, çocuk ölümleri gibi sorunlar da haberlerde pek yansımaz. Toplumun geniş kesimlerinin içinde bulunduğu sıkıntı ve sıradan insanlara karşı duyarsızlıklar sonucu, toplumsal haberlere gerektiği kadar yer verilmemekte, kimi zaman da söz konusu haber magazinleşmektedir. Basın-yayın faaliyetinin gerektirdiği büyük maliyet riskten uzak, raytingi yüksek programlara yönelmesini sonuçlamaktadır.

Medyada sık sık gözlenen bir diğer aksaklık, gündemdeki bir olayın (ki çoğu zaman da gündemin başlarında yer alacak haber değeri bulunmayan bir olayın, örneğin, tarikat şeyhi ile ilgili defin haberlerinin) bıktırıcı bir tekrar ve ısrarla verilmesidir. Bu tür uygulamalar sonucu kimi zaman farklı olay ve mesajlar kitle iletişim araçlarında ya kendilerine yer bulamamakta ya da gerektiği kadar ve ölçüde vurgulanamamaktadır. Sonuçta, "medyatik olay" denilen

yeni bir olay ve buna ilişkin haber türü ortaya çıkmaktadır. Parlayıp sönen, saman alevi gibi olan medyatik olay, genellikle içi boş, hafif konular içermekte, yukarıda sözünü ettiğimiz ısrar taktikleri ile izleyici de bıkkınlık ve enformasyondan kaçma duygusu uyandırmaktadır.

Böylelikle kitle iletişim araçları, bazı haber konularını seçip, bu konulara yer vererek, izleyicilerin bu konuları ne derecede önemseyeceklerini belirlediği "gündem koyma ve saptama" (agenda setting) (Yumlu 1994:93-96) fonksiyonunu bu tür hafif konular, sansasyon haberlerle gerçekleştirmektedir. Medyanın, kamunun tartışması ve üzerinde düşünmesi için empoze ettiği konulara örnek olarak; tecavüze uğradığı iddia eden sanatçı hanımla, tecavüz ettiği iddia edilen adama ilişkin haberler günlerce ekranlarda ve gazetelerde yer alabilmektedir. Bazı tartışma programlarında (bu programların çoğunun amacı kavga çıkarmaktır) insanlar canlı yayında kapıştırılıp dövüştürülmekte, kavga çıkınca da ertesi gün gazetelerde de haber olmaktadır.

Ayrıca, 1982 Anayasası'nın özel hayat hakkı ile ilgili 20. ve 21. maddelerinde ² bu hakka yönelik getirilebilecek hukuka uygun sınırlamaların hiçbirisinde kitle iletişim aracı mensuplarına başkalarının özel yaşam alanlarına müdahale edebilme imkanı tanınmamış olmasına rağmen, yayın kuruluşları zaman zaman özel yaşamın belirgin sınırlarına aşırı biçimde saldırmaktadır. Halkın merakının doyurulması için özel yaşamın en mahrem ayrıntıları bile yayın yoluyla, geniş kesimlere ulaşmaktadır. Özel yaşama ilişkin konuların yayınlanması için, kamu yararının olması, haberin gerçek ve güncel olması ve konu ile ifade arasında düşünsel bağ olması şartlarının gerekliliği kimi zaman ihmal edilmektedir.

Toplumsal yapıda, ötekinin özel yaşamını öğrenmeye yönelik merak duygusunun da artışı ile televizyonlardaki show programlarında bile (örneğin son günlerde gündemde olan İngiltere, Hollanda, İspanya, İsviçre, Belçika, İtalya, Portekiz, Almanya ve ABD televizyonlarında Big Brother adıyla yayınlanan ve 10-12 kişilik kadın ve erkekli bir grubun bir ev içinde 24 saat izlenmelerinden oluşan programın “ki gerçek bir Truman Show’dur”, benzeri Türkiye’de Show Tv’de “Biri Bizi Gözetliyor” adı altında yayınlanmaktadır.) toplumsal dikizcilik teşvik edilmektedir.

İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nin 11. maddesinin birinci fıkrasının, bir suç işlemekten sanık herkesin, savunması için kendine gerekli bütün tertibatın sağlanmış bulunduğu açık bir yargılamayla kanunen uçlu olduğu tespit edilmedikçe masum sayılmasını³ ve bu doğrultuda 1982 Anayasası’nın 38. maddesinin, suçluluğu hükmen sabit oluncaya kadar kimsenin suçlu sayılmayacağı ilkesini içermesine rağmen (benzer düzenlemeler 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un 4/4. maddesinde ve basınla ilgili etik ilkelerde de vardır), henüz zanlı durumda olan ve mahkemeye bile sevk edilmemiş insanlar zaman zaman kameralar ve fotoğraf makinalarının karşısına çıkartılarak, iddia edilen suçları işlemiş gibi halka yayınlanmaktadır (Matelski 1996:66 vd.)

Bu kişiler, mahkemelere sevk edildikten sonra saliverilmelerine karşın, toplumda haksız bir şekilde yaratılan izlenimler nedeniyle uğradıkları mağduriyet kaçınılmaz olmaktadır. Çoğu zaman beraat eden kişiler için yayın kuruluşlarınınca suçlandığı

zamandaki yoğunlukta yayın yapılmayarak, kişinin kamuoyunda beraati gerçekleştirilmemektedir.

Medyada cinayet, kan, vahşet görüntüleri ve asparagas haberler yer almakta, aynı görüntüler ve sinir bozucu sahneler televizyonlarda üst üste defalarca gösterilmekte, ciddi habercilik yapan bir kaç televizyon kanalı dışında, haberlerde sansasyon yaratarak rayting toplama kaygısı taşınmakta ve bu bağlamda kimi zaman cinsel suçların mağdurlarının kimlikleri hemen hemen deşifre edilecek biçimde medyada yer almaktadır. (Yüzlerine incecik bir bant çekip, resimlerini yayınlamak) 5680 sayılı Basın Kanunu'nun 32. maddesinde intihar haberlerinde haber çerçevesini aşan ayrıntıların ve olaya ilişkin resimlerin yayını, 33. maddede cinsel suçlara ilişkin haber ve yazılarda mağdurların kimliklerini açıklayan bilgi ve resimlerin yayını yasaktır. 18 yaşını doldurmamış olan suç faili ve mağdurların kimliklerini açıklayan bilgi ve resimlerin yayınlanması yasaklanmıştır. Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nce hazırlanan Gazetecilerin Hakları ve Sorumlulukları Bildirgesi'nde çocuklarla ilgili cinsel suçlarda 18 yaşından küçüklerin isim ve resimlerinin yayınlanmaması gerektiği, ayrıca yaşı ne olursa olsun, cinsel saldırı mağdurlarının fotoğraflarının, görüntülerinin, kimliklerinin, açık kamu yararı olmadıkça yayınlanmaması belirtilmiştir.

Ayrıca 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun gereğince çıkarılan Radyo ve Televizyon Yayın Esasları ve Usulleri Hakkında Yürütmeliğin 7. maddesinde, insanların acı ve üzüntülerinin duygu sömürüsüne yol açacak, korku ve endişe yaratacak şekilde verilemeyeceği de yazılıdır.

Sonuç

Şüphesiz ki kitle iletişim araçları var oldukları toplumdan soyutlanamazlar. Kitle iletişim araçları, o toplumu yansıtan birer ayna konumundadırlar. Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının durumun içinde bulunduğu toplumsal yapı ile birlikte değerlendirilmesi, kitle iletişim araçlarının aksayan yönlerinin, toplumdaki düzgün çalışmayan başka kurumlar ile beraber düzeltilmesi gerekmektedir. Kite iletişim araçlarının tek başına temiz toplum oluşturmaları, demokrasiyi sağlayabilmesi beklenemez ama, kitle iletişim araçlarının sağlıklı çalışmaması ve kamusal görevlerini yerine getirmemesi demokrasi ve temiz topluma sekte vuran önemli bir etkidir. Kitle iletişim araçlarının yüksek sorumluluk bilincine ulaşması, bireysel ahlak boyutunun da gelişmesine bağlıdır. Herkesin kendi üzerine düşeni yapması ve bunun çevreye de bulaşması ile arzulanan değişim gerçekleşecektir.

Eğer bir toplumda bütün renkler hızla kirlenmekteyse, medya da bu kirlilikten nasibini alacaktır. Bunun sonucunda ise, halkın kitle iletişim araçlarına güvensizliği ortaya çıkar. Buna engel olmak için, öz denetim kurallarının geliştirilmesi ve benimsenmesi mesleki kodlara uymanın denetiminin etkinleştirilmesi, Basın Konseyi, Gazeteciler Cemiyeti'nin daha güçlü hale getirilerek, basın kartlarının verilmesi ve iptali konusunda etkinliklerinin artırılması, kuruluşlar açısından da bu ruhsatların bağlayıcı olması, bu mesleki kurallara uyma zorunluluğunun yayın kuruluşu ve gazeteciler için ayrı ayrı ve aynı anda geçerli olması, gazetecinin ve yayın kuruluşunun, gazetecilik alanı dışında gelir ya da çıkar sağlayan etkinliklerin sınırlandırılması, buna karşılık kitle iletişim

araçları mensuplarının düşünsel bağımsızlıklarını güvenceye alacak önlemlerin, iş güvencesi kapsamında geliştirilmesi, kitle iletişim aracının görevini suistimal etmesi durumunda, oto-kontrolü sağlayarak hata ve eksiklikleri düzeltecek, okur-gazete ilişkilerini sağlayacak, okurlardan gelen eleştirileri inceleyecek kurum içi-kurum dışı (özellikle kurum dışı olması işleyişin bağımsızlığı açısından daha sağlıklı) ombudsman oluşturulması, farklı amaçlara sahip sivil toplum örgütlerinin dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, mahalli idareler, üniversitelerin özel radyo ve televizyon kurmalarına yasal olanak sağlanması gerekmektedir.

Mutlak olan şu ki, medya Türkiye'deki genel yozlaşmanın ürünü ve bunun bir parçası. Bu nedenle medyayı bu gerçekten ayrı tutmak mümkün olmamakla beraber, medyanın pek çok konuda da kendisine çeki düzen vermesi gerekliliği de apaçık ortadadır. Hem izleyiciler hem de basın-yayın mensupları bu aksaklık ve çarpıklara tepki göstermeli, tavır koymalıdır.

Temiz toplum için, toplumsal yapı önemli olup, toplumsal bilinç sahibi toplumların, (hakların bilincinde ve, kendi haklarına sahip çıkarken, başkalarının haklarına da saygılı olan) kirlenme riskleri de o kadar azdır. Konjunktürel şikayetlerde, birisi ayağımıza bastığında, kendi başımıza bir dert geldiğinde bir sorun eleştiri konusu oluyorsa, o toplumda sorunun kişiselleştirilmesi, içselleştirilmesi sorunu var demektir. Oysa ki toplumun topyekün özgürlük ve hak talebi olması temiz toplum konusunda ulusal bir mutabakat sağlanması gerekmektedir.

Notlar

¹ Batı ülkelerin çoğunda haberlerde magazin ve genel kalitesizlik eleştirileri yükselmekte, hatta ağırbaşlı İngilizler bile “Trash Tv” dedikleri sansasyon ağırlıklı, sudan konulara yer veren şovlardan ve bu tür yayınların ağırlık kazandığı televizyon anlayışının yükselmesinden şikayet etmektedirler. Yine habercilik kaliteleri ciddiyetleri ile tanınan İngilizler, televizyon haberciliğinin giderek magazinleşmesinden yakınmaktadır. 1975’ten 1999’a kadar geçen sürede televizyon haberlerinin içeriği üzerine yapılan bir araştırma, İngiltere’de doksanların sonlarına doğru magazinsel haberlerde büyük bir tırmanış tespit etmiştir. Bkz. Postman 1985:114.

² 20. maddede özel hayatın gizliliği (adli soruşturmanın getirdiği istisnalar dışında), 21. madde de konut dokunulmazlığı (hakim ve yetkili merci kararı olmaksızın kimsenin konutuna girilemeyeceği, arama yapılamayacağı) düzenlenmiştir.

³ Avrupa İnsan Hakları ve Temel Özgürlükleri Sözleşmesi’nin 6/2. maddesi de bu bağlamdadır.

Kaynakça

-AKİTEN, C.C. (1993). “Siyasal Yozlaşma ve Kleptokrasi”, Cumhuriyet, 23.06.1993, aktaran Sami Selçuk (1997), “Yolsuzluklar”, Türkiye Günlüğü, Sayı:44

-ATES, Toktamış (1994). Ne Oldu Bize?, Çınar Yayınları

-GUREVITCH, Michael ve Blumler, Jay G.(1997). “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler”, Medya, Kültür, Siyaset, Süleyman İrvan (der), içinde, Ankara, Ark Yayınları

İNAL, Ayşe (2001).”Yerel Medya İçin Alternatif Arayışları”, www.bianet.org, 10.01.2001

- İRVAN, Süleyman (1995). "Demokratik Sistemde Medyanın Rolü", Birikim Dergisi, Sayı 68-69
- DUPUY, Jean Pierre (1980). "Myths of The Information Society", The Myths of Information Technology and Postindustrial Culture, K.Woodward (der), Madison, Code Press
- KATZ, Elihu (1992). "The End of Journalism? Notes on Watching The War", Journal of Communication, Vol:42, No:4
- KAYA, Raşit (2001). " Basından Medyaya Geçiş ve Kavram Olarak 'Kamusal Çıkar' Karizma, Ocak-Şubat-Mart
- MATELSKİ, Marilyn J. (1996). TV Haberciliğinde Etik, Bahar Öcal Düzgören (çev)İstanbul, Yapı Kredi Yayınları
- MURDOCK, Graham (1990). "Redrawing The Map of the Communication Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization", Public Communication, Marjorie Ferguson (der) Londra, Sage, aktaran James Curan (1997), "Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme", Medya, Kültür, Siyaset, Süleyman İrvan (der), Ankara, Ark Yayınları
- OKTAY, Ahmet (1988). Toplumsal Değişme ve Basın, İstanbul, BSF Yayınları
- POSTMAN, Neil (1985). Amusing Ourselves To Death: Public Discourse in The Age of Show Business, Londra, Methuen, aktaran Arus Yamul, (2001), "Hayatımız Eğlence", Karizma
- SELÇUK, Sami (1997). "Yolsuzluklar", Türkiye Günlüğü, Sayı:44
- TILIÇ, Doğan (2001). "21.Yüzyılda Gazetecilik, Demokrasi ve Kültür: Yeni Koşullar ve Tehditler", Karizma, Sayı:5
- www.bianet.org/haber_eski/haber2344.htm
- YUMLU, Konca (1994). Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları, İzmir, Nam Basım

