

GAZETECİLİKTE YENİ BİR ÖZDENETİM MODELİ: BAĞIMSIZ MEDYA OMBUDSMANLIĞI UYGULAMASI¹

Prof. Dr. Süleyman İrvan

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü
ORCID ID: 0000-0001- 6281-3355, suleyman.irvan@uskudar.edu.tr

ÖZ

Gazetecilik mesleğinde etik ilkeleri gözetmek ve ihlaller konusunda uyarılar yapmak amacıyla farklı özdenetim modelleri geliştirildi. Bunlardan en bilinenleri; Basın Konseyi, Medya Etik Kurulu ve okur temsilciliği uygulamalarıdır. Ombudsman da denilen okur temsilcisi uygulaması Türkiye’de 1999 yılında Yavuz Baydar’la Milliyet gazetesinde başladı. 2002’de Hürriyet, 2004’te Sabah, 2006’da Vatan ve 2008’de de Cumhuriyet gazetesi okur temsilcisi atadılar. Ancak bu uygulama daha fazla yaygınlaşamadı, tam tersine birer birer sonlandırıldı.

İlk olarak Milliyet gazetesinde okur temsilcisi Belma Akçura’nın haftalık sayfası 2016 yılının sonlarına doğru bir süre boş kaldı. Akçura yaklaşık 2 ay sonra yazılarına tekrar başladı ama o yazıları okur temsilcisi yazıları olarak değil de genel medya analizleri olarak değerlendirmek gerekiyor. 2018 yılında okur temsilcisi İbrahim Altay’ın Daily Sabah’ın başına getirilmesiyle Sabah gazetesi okur temsilciliği uygulamasını sessizce sonlandırdı. Cumhuriyet gazetesi, 2018 yılında okur temsilcisi Güray Öz’ün gazeteden istifasının ardından yeni okur temsilcisi atamadı ve böylece uygulamayı sonlandırdı. Son olarak da Hürriyet gazetesi, okur temsilcisi Faruk Bildirici’nin işine 2019 yılında son vererek uygulamayı bitirdi.

Ancak Faruk Bildirici Hürriyet’ten ayrıldıktan birkaç ay sonra bağımsız medya ombudsmanını sıfatıyla kendi kişisel web sayfasında medya eleştirileri yapmaya başladı. Faruk Bildirici’nin ilk medya ombudsmanı yazısı 6 Mayıs 2019’da yayımlandı. Bildirici’nin 19 Mayıs 2022 tarihine kadar geçen sürede 258 yazısı yayımlandı. Bu çalışmada, dünyada başka örneği olmayan bağımsız medya ombudsmanlığı uygulaması değerlendirilerek, sürdürülebilir bir yapı kurulabilmesi için yapılması gerekenler tartışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Özdenetim modelleri, Okur temsilcisi, Medya ombudsmanı, Faruk Bildirici

¹ Bu makale, 9-10 Haziran 2022 tarihlerinde İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından çevrimiçi olarak düzenlenen “Yeni Yüzyıl’da İletişim Kongresi”nde sunulmuş bildirinin gözden geçirilmiş ve geliştirilmiş halidir.

İrvan, S. (2022). *Gazetecilikte Yeni Bir Özdenetim Modeli: Bağımsız Medya Ombudsmanlığı Uygulaması*. Yeni Yüzyıl’da İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(5) ss: 8-15.

Geliş Tarihi: 07. 03. 2022

Kabul Tarihi: 25.05.2022

ISSN: 2757-7007

A NEW SELF-REGULATORY MODEL IN JOURNALISM: THE PRACTICE OF INDEPENDENT MEDIA OMBUDSMANSHIP

Prof. Dr. Süleyman İrvan

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü
ORCID ID: 0000-0001- 6281-3355, suleyman.irvan@uskudar.edu.tr

ABSTRACT

Different self-regulatory models have been developed in journalism profession in order to observe ethical principles and to warn about violations. The best known of them are; press councils, media ethics committees and reader's representatives. The practice of reader's representative started in Turkey in 1999 with Yavuz Baydar in Milliyet newspaper. Then Hürriyet appointed a reader's representative in 2002, Sabah in 2004, Vatan in 2006, and Cumhuriyet in 2008. However, this practice could not become more widespread, on the contrary, it was terminated one by one.

First of all, the weekly page of Belma Akçura, the reader's representative of Milliyet newspaper, remained empty for a while towards the end of 2016. Akçura started writing again after about 2 months, but those articles should be considered as general media analysis, not as reader's representative articles. With the appointment of the reader's representative İbrahim Altay to the head of Daily Sabah in 2018, Sabah newspaper quietly ended the practice. After the resignation of the reader's representative Güray Öz from the newspaper in 2018, Cumhuriyet newspaper did not appoint a new reader's representative and thus ended the practice. Finally, Hürriyet newspaper terminated the practice by dismissing the reader's representative, Faruk Bildirici, in 2019.

However, Faruk Bildirici, a few months after he left Hürriyet, started making media criticisms on his personal website as an independent media ombudsman. Faruk Bildirici's first media ombudsmanship article was published on 6 May 2019. Bildirici published 258 articles until 19 May 2022. In this study, the independent media ombudsman practice, which has no other example in the world, is evaluated and what needs to be done to establish a sustainable structure is discussed.

Keywords: Self-regulatory models, Reader's representative, Media ombudsman, Faruk Bildirici

GİRİŞ

Özdenetim, kelime anlamıyla kendi kendini denetlemek demektir. Gazetecilikte özdenetim, gazetecilerin mesleki etik ilkeleri kendilerinin belirlemesi ve bu ilkeler bağlamında kendi kendilerini denetlemesi anlamına gelmektedir. (Arvas, 2011, s. 83; Ayten, 2013, s. 2). Gazetecilik mesleğinde özdenetim uygulamaları 20. yüzyılın başında başlamıştır. 1922 yılında American Society of Newspaper Editors (ASNE= Amerikan Gazete Editörleri Cemiyeti) gazeteciliğin ilk etik ilkelerini belirlemiş ve yayımlamıştır. 1926 yılında da Society of Professional Journalists (SPJ= Profesyonel Gazeteciler Cemiyeti) bu ilkeleri benimsemiştir. Türkiye’de en bilinen iki gazetecilik etik belgesi söz konusudur. İlki, 1988 yılında kurulmuş olan Basın Konseyi tarafından uygulanan Basın Meslek İlkeleri’dir. 16 maddeden oluşan bu belge günümüze kadar değişikliğe uğramamıştır.

İkincisi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 1998 yılında yayımlanan “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”dir (İrvan, 2005). Bu bildirme 2019 yılında güncellenmiştir.

Etik ilkelere dayalı özdenetim modelleri söz konusu olduğunda, dünyada en çok bilinen iki model, basın konseyi modeli ile okur temsilciliği modelidir.

Basın konseyi, gazeteciler tarafından kurulmuş bir konseyi ifade etmektedir. Bu özdenetim uygulaması dünyada 1950’lerden sonra yaygınlaşmıştır. Basın konseylerinin kuruluş tarihlerine ilişkin internet taramasından elde edilen bilgiler şu şekildedir: İsveç (1916), Norveç (1928), Britanya (1953), Almanya (1956), Hollanda (1960), Avusturya (1961), İsrail (1962), Güney Kore (1964), Hindistan (1966), Finlandiya (1968), Nepal (1972), Sri Lanka (1973), Bangladeş (1974), Avustralya (1976) Türkiye (1988), Kuzey Kıbrıs (1991), Danimarka (1992), Nijerya (1992), Tanzanya (1995), Uganda (1995), Güney Kıbrıs

(1997) İsviçre (2000), Ukrayna (2001), Estonya (2002), Azerbaycan (2003), Kenya (2004), Bulgaristan (2005), Rusya (2005), Kosova (2005), Zimbabve (2007), İrlanda (2008), Belçika (2009), Gürcistan (2009), Moldova (2010), Sırbistan (2010), Karadağ (2012), Makedonya (2013), Bosna-Hersek (2014), İspanya (2015), Kanada (2015), Fransa (2019).

1. OKUR TEMSİLCİLİĞİ

Okur temsilciliği modeli, gazete okurları ile gazete yönetimi arasında aracılık işlevi gören bir kurum olarak geliştirilmiştir. Günümüzdeki pratikleriyle okur temsilciliği görece yeni bir özdenetim modelidir. Necdet Atabek, ilk ombudsman uygulamasının 1922 yılında Japonya’da yayımlanan Asahi Shimbun gazetesinde başladığını ifade etmektedir (2013, s. 7), ancak uygulamanın popülerleşmesi ABD’de 1960’lı yıllardaki uygulamalarla gerçekleşmiştir. ABD medyasında ilk okur temsilcisini 1967 yılında Louisvile’de yayımlanan The Courier Journal ile The Louisville Times gazeteleri atamıştır (ONO, 2020). İlk okur temsilcisi deneyimli gazeteci John Herchenroeder’dir. Ardından 1970 yılında Washington Post gazetesi Richard Harwood’u okur temsilcisi olarak görevlendirmiştir (LA Times, 2001).

2000’li yıllara kadar medya kuruluşlarında okur temsilciliği oldukça yaygın bir özdenetim uygulaması haline gelmiştir. Ancak 2000’li yıllarda bu uygulama ABD’de popüleritesini büyük ölçüde yitirmiştir. Öte yandan, Avrupa’da ve Latin Amerika ülkelerinde yaygınlaşmıştır. Haber Ombudsmanları ve Standart Editörleri Örgütü (ONO= Organization of News Ombudsmen and Standards Editors) web sayfasındaki bilgilere göre, 24 ülkede medya ombudsmanı görev yapmaktadır. Türkiye’de bu uygulama 1999 yılında Yavuz Baydar’la başlamıştır. 2002’de Hürriyet, 2004’te Sabah,

2006'da Vatan ve 2008'de de Cumhuriyet gazetesi okur temsilciliği kurumunu başlatmıştır (Aşkan, 2018, s. 252).

Türkiye'de okur temsilcisi uygulamasının yaygınlaşması beklenirken süreç farklı gelişti. Vatan'daki okur temsilciliği kısa sürmüştü. 2016 yılı sonuna doğru Milliyet gazetesinde okur temsilcisi Belma Akçura'nın haftalık sayfası bir süre boş kaldı. Akçura 2017 yılında yazılarına tekrar başladı ama o yazıları okur temsilcisi yazıları olarak değil de genel medya analizleri olarak değerlendirmek gerekiyor (Akçura, 2022). Uygulamadan zaten pek mutlu olmayan, daha önce gazetesinin okur temsilcisi olan Yavuz Baydar'ı Gezi direnişi sırasındaki eleştirel yazıları nedeniyle kovan Sabah gazetesi yönetimi 2018 yılında okur temsilcisi İbrahim Altay'ı Daily Sabah'ın başına getirerek uygulamayı sonlandırdı. Cumhuriyet gazetesi, 2018 yılında okur temsilcisi Güray Öz'ün istifasının ardından yeni okur temsilcisi ataması yapmadı. Son olarak da Hürriyet gazetesi, okur temsilcisi Faruk Bildirici'nin işine son vererek uygulamayı bitirdi. Böylece Türk medyasındaki okur temsilciliği uygulaması bitirilmiş oldu. Son okur temsilcisi Faruk Bildirici, bu özdenetim modelinin Türkiye gibi ülkelerde sürdürülmesinin ne kadar zor olduğunu Medyaport.net'te yayımlanan bir röportajda şu şekilde aktarmaktadır:

"Ben Hürriyet gazetesinde yaklaşık 9 yıl okur temsilciliği yaptım. Ben de sürekli diğer okur temsilcisi arkadaşlar gibi müdahalelerle karşılaştım. Şunu gördüm; okur temsilciliği, ombudsmanlık medya kuruluşlarının içinde editöryal bağımsızlık olmadan hak ettiği biçimde yapılamıyor. Türkiye'de medyanın sahiplik yapısı buna izin vermiyor... Madem medya kuruluşlarının içerisinde olmuyor, tamamen dışarıdan bir yöntem haline getirmek gerekli, bağımsız ama medya kuruluşlarının benimsediği bir yapı haline getirmek gerekli diye düşündüm..."

2. MEDYA OMBUDSMANLIĞI

Böylece Faruk Bildirici, Hürriyet'ten ayrıldıktan kısa bir süre sonra bağımsız medya ombudsmanı olarak kendi kişisel web sayfasında medya eleştirileri yapmaya başladı. Bunun özgün bir özdenetim uygulaması olduğunu ifade etmek gerekiyor (Bildirici, 2019). Bildirici'nin 8 Haziran 2022 tarihine kadar geçen sürede 260 yazısı yayımlandı. Bu 260 yazı incelendiğinde, okur temsilcisi uygulamasında olduğu gibi düzenli aralıklarla yazmadığı, sorunlu gördüğü haberleri kendi belirlediği şekilde kendi web sayfasında yayımladığı görülmektedir. Benim de bir süre okur temsilciliği yaptığım süreçte genel uygulama, haftada 1, her pazartesi bize ayrılan sayfada değerlendirmelerimizi yapma şeklindedir. Bağımsız medya ombudsmanı Faruk Bildirici bu uygulamayı değiştirdi. Düzensiz aralıklarla yazılarını yayımlamaya başladı. Tablo 1'de de görüldüğü gibi bazı aylarda 14 yazıya kadar çıkarırken, bazı aylarda da daha az sayıda yazı yayımlamaktadır. Yazı sayısının az ya da çok olmasında elbette eleştiriye değer haber sayısının en önemli belirleyici olduğunu belirtmek gerekiyor.

Tablo 1: Medya ombudsmanı yazılarının aylara göre dağılımı



Tablo 2'ye göre, Faruk Bildirici'nin yazı konusu yaptığı gazetecilik konularının oldukça geniş bir skalası olduğu görülüyor. Yine de en çok yazı; doğrulanmamış haberler (22), gazeteci refleksinin zayıflı-

ğı (11) ve sorgulamadan haber yapma (9) gibi sorunlara vurgu yapmaktadır.

Tablo 2: Medya ombudsmanı yazılarında eleştiri konuları

Eleştiri konusu	Sayı	Oran %
Doğrulanmamış haberler	22	8,5
Gazetecilik refleksinin olmayışı	11	4,2
Sorgulamadan haber yapmak	9	3,5
Sağlık haberciliğinde sorunlar	8	3,1
Kadın cinayeti haberciliği	7	2,7
Eleştirel gazetecilik eksikliği	6	2,3
Masumiyet karinesi	6	2,3
Bilgi gizleme, otosansür	5	1,9
Tarafli gazetecilik	5	1,9
Hakaret	5	1,9
Örtülü reklam	5	1,9
Haber dili eleştirisi	4	1,5
Suçlayıcı habercilik eleştirisi	4	1,5
Barış gazeteciliği vurgusu	3	1,2
Basın toplantısı eleştirisi	3	1,2
Operasyon gazeteciliği eleştirisi	3	1,2
Çocuk haberleri eleştirisi	3	1,2
Gazetecilik açığı	3	1,2
Gizli kaynak eleştirisi	3	1,2
Propaganda gazeteciliği	3	1,2
Ürün reklamı eleştirisi	3	1,2
Diğer yazılar	139	53,4
TOPLAM	260	100

3. MEDYAYA TANIMA ÇAĞRISI

Faruk Bildirici, medya kuruluşlarına yönelik olarak 19 Ocak 2022 tarihinde kendi web sayfasında yayımlayıp sosyal medyadan paylaştığı bir çağrı yaptı (Bildirici, 2022a):

“...Yaklaşık iki yıldır medya ombudsmanlığını sürdürüyorum. Bu süre içerisinde hemen tüm medya kuruluşlarıyla ilgili eleştirilerim oldu; kimileri muhatapları tarafından olumlu karşılandı, kimileri reddedildi ya da kaale alınmadı. Ama adil bir yaklaşım ve kırıcı olmayan bir dille ortaya koyduğum eleştiriler, ‘Medya Ombudsmanlığı’nın kavramsal olarak tanınmasını, gerekliliğinin kabul edilmesini sağladı. Artık bu aşamada medya kuruluşları ile anlaşarak, bu kuruluşlar tarafından tanınan, kararları ve okur/izleyici ile yaşanan sorunlarda hakemlik rolü kabullenilen bir özdenetim mekanizması haline dönüşmeyi amaçlıyorum. Kabul eden medya kuruluşlarına dışardan ve bağımsız olarak ombudsmanlık yapacağım.”

Faruk Bildirici’nin bu çağrısına Twitter üzerinden olumlu yanıt veren medya kuruluşları şunlar oldu:

ANKA Haber Ajansı: “ANKA Haber Ajansı, Kültür Radyo ve Televizyon ile İkinci Yüzyıl dijital gazetesi; 19 Ocak 2022 tarihinde, Faruk Bildirici’nin internet sitesinden yaptığı ‘Medya Ombudsmanlığı’nı kurumsallaştırma çağrısına olumlu yanıt verme kararı aldı.” (24 Ocak 2022).

T24: “Faruk Bildirici’nin ‘Medya Ombudsmanlığı’nı tanıyoruz” (24 Ocak 2022).

BirGün: “Editörden: BirGün, Faruk Bildirici’nin ombudsmanlığını tanıyor” (24 Ocak 2022).

Gerçek Gündem: “Faruk Bildirici’nin medya ombudsmanlığı bize yazdıklarımızla yüzleşme fırsatı verecek” (24 Ocak 2022).

Türk Time: “Turktime Ailesi olarak Faruk Bildirici’nin ‘Medya Ombudsmanlığı’ çağrısına olumlu yanıt veriyoruz” (24 Ocak 2022).

Muhelif: “Muhelif, Faruk Bildirici’nin Medya Ombudsmanlığını tanıyor” (24 Ocak 2022).

Gazete Pencere: “Gazeteci Faruk Bildirici’nin ‘Medya ombudsmanlığını kurumsallaştırma’ çağrısına biz de ‘evet’ diyoruz” (25 Ocak 2022).

Yeni Asya: “Biz de tarafsız, objektif, dürüst, titiz ve ilkeli duruşuyla medyada saygın bir yere sahip olan Faruk Bildirici’nin Medya Ombudsmanlığı çağrısına katılıyor ve destek veriyoruz” (25 Ocak 2022).

Gazete Duvar: “Faruk Bildirici’nin medya ombudsmanlığı Gazete Duvar’ın daha iyi gazetecilik yapma çabasına güç katacaktır” (26 Ocak 2022).

9. Köy: “9. Köy Faruk Bildirici’nin ombudsmanlığını tanıdı” (30 Ocak 2022).

Faruk Bildirici, 31 Ocak 2022 tarihinde, kendisini medya ombudsmanı olarak kabul eden haber mecralarında yayımlanmak üzere ilk yazısını gönderdi (Bildirici, 2022b):

“Türkiye’de yayın yapan mecralara yönelik bu çağrıya şimdilik BirGün ve

Yeni Asya gazeteleri, KRT televizyonu, ANKA ajansı, T24, Gazete Duvar, Gerçek Gündem, Turktime, Muhalif ve 9.Köy internet siteleri, İkinci Yüzyıl ve Gazete Pencere dijital gazeteleri olumlu yanıt verdiler. Umarım süreç içerisinde yeni katılımlarla daha da genişler bu liste ve kurumsallaşmaya doğru daha güçlü adımlarla ilerleriz.”

3.1. Faruk Bildirici gazeteci şöhretlerle karşı karşıya

Faruk Bildirici'nin medya ombudsmanı olarak yayımladığı 260 yazıdan bazıları gazeteci şöhretlerin etik dışı uygulamalarını konu yapmaktaydı. Bu yazılara gösterilen aşırı tepkilere bakılırsa, gazeteci şöhretlerin kendilerine yönelik eleştirileri hoş karşılamadıkları görülmektedir.

Faruk Bildirici, 12 Eylül 2021 tarihinde Twitter hesabından Hürriyet gazetesinin aşı karşıtlarının mitingini manşete çekmesini eleştirdi: “Hürriyet, aşı karşıtlarının mitingini ‘Eylemde ilginç görüntüler ve görüşler vardı’ diye 1. sayfaya taşımış. Akıl ve bilim dışı safsataları ‘ilginç’ diye tanımlayıp, sayfa ayırarak toplum sağlığına saldıranlara payanda olmuş! Üstelik mitingi böyle haber yapan tek gazete...” Bu eleştiriye, gazetenin genel yayın yönetmeni Ahmet Hakan, kendi köşesinde küçük düşürücü ifadelerle karşılık verdi:

“Hürriyet’in Faruk Bildirici adlı bir Bekçi Murteza’sı var. Adam kafayı takmış Hürriyet’e... Bir türlü çıkamıyor eski gazetesi Hürriyet’in etkisinden. Simitçi kovalamayı marifet bilen inzibat çavuşu edasıyla hemen her gün bizim gazetede çıkan haberlerle ilgili ipe sapa gelmez raconlar kesiyor. Alıyor eline gazeteyi, kaldırıyor kaşını, sürekli açık arıyor. Bulamayınca da saptırıp çarpıtıyor...”

Gazeteci-yazar Enver Aysever, Cumhuriyet gazetesinde köşe yazısı yazdığı dönemde İzmir Büyükşehir Belediyesi için bir yazarlık atölyesi düzenlemiş, atölyenin ihalesi tartışmalara neden olmuştu. Medya ombudsmanı Faruk Bildirici 16

Mart 2021 tarihinde, “Enver Aysever belediyelerle mali ilişkiye girmemeliydi” başlıklı bir yazı yayımladı ve Enver Aysever’in gazeteci kimliği ile haber kaynağı konumundaki belediyelerle ticari ilişki içine girmesinin yanlış olduğunu ifade etti. Enver Aysever bu eleştiriye karşı hakaret içeren çok sayıda Twitter mesajı paylaştı. 8 Haziran 2021’den 2 Haziran 2022 tarihine kadar tam 54 tweette Faruk Bildirici’yi etiketleyerek hakaret içeren tweetler attığı görülüyor. 2 Haziran 2022 tarihli tweeti şu şekilde: “Ya sen ne aptal adamsın... Diyelim ben yanıt vermiyorum, sen de gazetecisin (!) ya, o belediyelere sor! Bu kadar ahmaksın Faruk? Sana bilerek hakaret ediyorum, dava aç karşıma çık! Ben yüzleşmek demedim, yüz yüze gelmek, dedim. Hadi” @farukbildirici randevulaşalım, var mısın?” Haklı bir eleştiriye bu tür hakaret ifadeleriyle karşılık veren bir kişiye ne demeli bilemiyorum.

Birgün gazetesi yazarı, gazeteci Erk Acarer, 24 Eylül 2021 tarihinde, daha önce hiç tanık olmadığımız bir olaya imza attı ve suç örgütü lideri olarak tanımlanan Sedat Peker’e ait 36 tweeti bir bilgisel olarak hesabında paylaştı. Öncesinde de gerekçesini 3 tweette açıkladı. Faruk Bildirici bu paylaşımları 27 Eylül 2021 tarihli ve “Sedat Peker’e aracılık etmek gazetecilik faaliyeti mi?” başlıklı yazısı ile eleştirdi. Erk Acarer, hem Faruk Bildirici’nin hem de başka gazetecilerin eleştirilerine olumsuz bir cevap vermedi ama eleştirileri haklı bulduğunu da söylemedi.

Faruk Bildirici, 23 Şubat 2022 tarihinde twitter hesabından yaptığı paylaşımında gazeteci Nevşin Mengü’yü ürün reklamı yapmakla eleştirdi: “Nevşin Mengü, örtülü reklam yerine artık #işbirliği etiketi de ekleyerek açıkça reklam yapmaya başlamış. Instagram hesabında bir vitamin desteğinin reklamını yapıyor. Bir gazeteci olarak mesleğinin güvenilirliğini bir ürünün pazarlaması için

kullanması meslek ilkelerine aykırı.” Bu eleştiri elbette sakince karşılanacak değildi. Başta Özgür Demirtaş ve Cüneyt Özdemir olmak üzere çok sayıda şöhret Faruk Bildirici’yi ağır ifadelerle eleştirdi. Hatta Cüneyt Özdemir biraz daha ileri giderek, “Yeni bir medya düzeni kuruyor... Bunu sizin kutsal bellediğiniz, ‘evrensel’ dediğiniz kurallarla değil. Yeni dünyanın gereksinimleriyle, ihtiyaçlarımızla hatta kuralları BİZ yazarak size rağmen kuracağız. Kuruyoruz da zaten... Siz kendinizden bu kadar eminseniz. Gidin bu köhne kurallarınızı başkalarına satın!!!” dedi. Nevşin Mengü de şu cevabı verdi: “Faruk bey, tebrik ederim bu tartışma vesilesiyle hiç okunmadığınız kadar okundunuz. Kendi kendinizi etik polisi ve standart koyucu olarak atadığınızı anlıyorum. Benim hesap vereceğim tek mercii izleyicilerim. Sizlere self proclaimed ombudsmanlığınızda başarılar dilerim.”

SONUÇ YERİNE: MEDYA OMBUDSMANLIĞI ÖZGÜN BİR MODEL OLABİLİR Mİ?

Gazetecilik etiği ve özdenetim uygulamaları konusunda çalışan bir akademisyen olarak, bütün bu ağır eleştirilere, hakaretlere, gazetecilik etik ilkelerini bir ayak bağı olarak gören popüler kültür şöhretlerine rağmen, Faruk Bildirici’nin başlattığı bağımsız medya ombudsmanlığı uygulamasının yaratıcı bir özdenetim modeli olduğunu ifade etmeliyim. Bu modelin dünyada başka bir örneği olmadığını, medya kuruluşuna bağlı okur temsilciliği uygulamasının olumsuzluklarını ortadan kaldıran özelliklere sahip olduğunu söylemeliyim.

Bir medya kuruluşuna bağlı okur temsilciliği modelinde temel sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür: Medya kuruluşunun okur temsilcisini okurla ilişkileri düzenleyen, okur şikayetlerini yumuşatan bir halkla ilişkiler uzmanı gibi görmesi; okur temsilcisinden gaze-

teyi uluorta eleştirmemesinin istenmesi; okur temsilcisi eleştirilerinin sadece çalıştığı gazeteyle sınırlı olması; okur temsilcisinin uyarılarının dikkate alınmaması.

Medya ombudsmanlığı modeli bu sorunlardan bazılarında çözüm getirmektedir. Öncelikle medya ombudsmanı editöryal bağımsızlığa sahiptir. Dışarıdan/yukarıdan gelecek uyarılar söz konusu değildir. İkincisi, medya ombudsmanı etik açıdan sorunlu gördüğü bütün haber ve diğer medya içeriklerini eleştirebilir. Belirleyici olan, haberin hangi mecrada yayımlandığı değil, etik açıdan sorunlu olup olmadığıdır. Üçüncüsü, ombudsmanlığını tanıyan medya kuruluşları ombudsman yazılarını yayımlamak zorundadırlar. Bu konuda bu yazının yazıldığı güne kadar bir sorun yaşanmadı. Dördüncüsü, bu özgün özdenetim uygulaması yeterli finansman sağlandığı takdirde uzun erimli olabilir. Bu şimdilik gerçekleşebilmiş değildir. Benim önerim, bu modelin TGC gibi gazetecilik meslek örgütleri tarafından sahiplenilmesi ve sürdürülebilir bir yapı kurulması için finansal destek verilmesidir.

KAYNAKÇA

- Akçura, Belma (2022). "Medyada 24 Temmuz," Milliyet, 24 Temmuz. Yazının linki, <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/belma-akcura/medyada-24-temmuz-6794711>
- Arvas, İbrahim Sena (2011). "Basında Sosyal Sorumluluk Anlayışı Bağlamında Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim Uygulamaları," Erciyes İletişim Dergisi, cilt 2, sayı 2, s. 82-92.
- Aşkan, Hakan (2018). "Türk Basınında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma," İNİF E-Dergi, cilt 3, sayı 1, s. 244-267.
- Atabek, Nejdet (2006). "Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur Temsilcisinin Rolü," Selçuk İletişim, cilt 4, sayı 2, s. 5-17.
- Ayten, Adem (2013). "Bir Özdenetim Aracı Medya Etik Konseyi," İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, sayı 44, s. 1-17.
- Bildirici, Faruk (2019). "Kovulmuş ombudsman ne yapar?" farukbildirici.com, 6 Mayıs. Yazının linki, <https://farukbildirici.com/kovulmus-ombudsman-ne-yapar/>
- Bildirici, Faruk (2022a). "Medya ombudsmanlığını kurumsallaştırmaya çağrı," farukbildirici.com, 19 Ocak. Yazının linki, <https://farukbildirici.com/medya-ombudsmanligini-kurumsallastirmaya-cagri/>
- Bildirici, Faruk (2022b). "Medya Ombudsmanlığı: Gazeteciliğin güvenilirliği ve inanılabilirliği için yeni bir yolculuk," 31 Ocak. Yazının linki, <https://www.birgun.net/haber/medya-ombudsmanligi-gazeteciligin-guvenilirligi-ve-inanilirligi-icin-yeni-bir-yolculuk-375312>
- İrvan, Süleyman (2005). "Medya ve Etik," içinde Medya, Etik ve Hukuk, der., Sevda Alankuş, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- LA Times (2001). "Richard Harwood; Editor, First Ombudsman at Washington Post," <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2001-mar-22-me-41182-story.html> (Erişim tarihi, 26 Temmuz 2022).
- Ono (2020). The History of ONO, <https://www.newsombudsmen.org/the-history-of-ono/> (Erişim tarihi, 26 Temmuz 2022).