



akademia

## **BASINDA SOSYAL SORUMLUK ANLAYIŞI BAĞLAMINDA GÜNÜMÜZ TÜRKİYE'SİNDEKİ ÖZDENETİM UYGULAMLARI**

### **Özet**

Bu çalışmada basında özdenetimin oluşması ve uygulanmasına, sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde değinilmiştir. Özdenetim uygulaması, sosyal sorumluluk anlayışının içerisinde oluşan bir reflekstir. Bu nedenle çalışmada, öncelikle sosyal sorumluluk anlayışının oluşum süreci ve amaçları ele alınmış daha sonra özdenetim kavramının tanımlanması amaçlanmıştır.

Diğer bir taraftan günümüz Türkiye'sinde var olan özdenetim uygulamalarından, Basın Konseyine, ombudsmanlığa (Okur Temsilciliği) ve kurumsal özdenetim çabaları bağlamında basın kuruluşlarının ahlak kurallarına değinilmiştir. Örnek olarak Doğan Medya Grubu Meslek İlkeleri seçilmiştir. Bu incelemede söz konusu özdenetim uygulamalarının tarihçesine ve bugünkü durumlarına da değinilmiştir.

Veri toplama tekniği olarak, kaynak tarama yöntemi kullanılan çalışmanın sonuç bölümünde ise, konular hakkında değerlendirmeler ve düşünceler yer almaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Özdenetim, Basın Etiği, Sosyal Sorumluluk, Basın Konseyi, Ombudsmanlık.

## **Self-Control Applications in Nowadays Turkey in the Context of Social Responsibility Approach in Press**

### **Abstract**

In this study, formation and implementation of the self-control was discussed within the framework of social responsibility. So self-control application is a reflex that occurs in social responsibility mentality. Therefore, first the formation process was discussed then the concept of self-control was defined.

On the other hand, press associations' own ethics were mentioned, in the context of Press council, ombudsman and institutional self-control efforts, which are the self-control applications existing in nowadays Turkey. For an example, Work Principles of Doğan Medya Grubu were chosen. History of self-control applications and their today's situations were also mentioned in this research.

Source scanning method was used as the data gathering of this study. Reviews and thoughts about issues were in the last chapter.

**Keywords:** Self-Control, Press Ethics, Social Responsibility, Press Council, Ombudsman.

## Giriş

Sosyal sorumluluk anlayışının temel ögesi olan özdenetim, basın kendi ahlaki değerlerini belirlemesi ve bu değerler doğrultusunda kendi özgürlük alanını oluşturması anlamına gelmektedir. Bu amaçla gerek, 1945’de kurulan Birleşmiş Milletler gibi çok uluslu platformlar öncülüğünde, gerekse ulusal girişimler aracılığıyla çeşitli basın ahlak kuralları belirlenmiştir. Bu bağlamda söz konusu ahlak kurallarının uygulanıp uygulanmadığını denetlemek amacıyla da çeşitli özdenetim uygulamaları ortaya çıkmıştır.

Başlıca özdenetim uygulamalarından biri; ulusal ya da uluslar arası nitelikteki basın konseylerinin faaliyetleridir. Basın çalışanlarının aktif katılımlarıyla kurdukları ve özgür iradeleriyle katıldıkları bu konseyler, basın alanında sosyal sorumluluk anlayışının sağlanabilmesi için işleyen özdenetim mekanizmalarıdır.

Son yıllarda giderek daha fazla başvuru alan bir diğer özdenetim şekli ise, kurum içinde oluşturulan denetim mekanizmaları yoluyla gerçekleştirilen özdenetim uygulamalarıdır. Bu uygulamalara, ombudsmanlık ve basın kuruluşlarının kendi bünyelerinde oluşturdukları ahlak kuralları örnek olarak gösterilebilir.

Söz konusu bu özdenetim uygulamalarının amacı basını daha özgür ve daha sorumlu bir yapıya kavuşturmadır. Basının sosyal sorumluluk anlayışını benimsemesi, dışarıdan gelebilecek tüm müdahalelere karşı doğal bir kalkan oluşturmasını sağlamaktadır.

## Sosyal Sorumluluk Anlayışının Oluşumu

Bütün siyasal sistemler kendi özellikleri içerisinde şekillendirilmiş bir basın rejimi barındırırlar. Nitekim basın özgürlüğünün sınırları da, ait olduğu ülkenin siyasal sisteminin özellikleriyle şekillenir. Basında etik kavramı da, oluşumu itibarıyla basın özgürlüğü kavramıyla paralellik gösterir ve içerisinde bulunduğu siyasal sistemden doğrudan etkilenir. Neticede basın özgürlüğü ve basın alanındaki ahlaki yapı değerlendirilirken, öncelikle mevcut siyasal yapının göz önünde bulundurulması gerekir.

Nitekim iletişim kuramcıları olarak tanınan, Fred S. Siebert, Theodore Peterson ve Wilbur Schram da, “Basının Dört Teorisi” adlı çalışmalarında, basın rejimlerinin, ait oldukları ülkelere göre sınıflandırılması gerektiğini savunmuşlardır. Kuramcılara göre basın, “Otoriter, Liberal, Sovyet Sosyalist ve Sosyal Sorumluluk” modellerine ayrılarak incelenmelidir (Siebert, Peterson, Schramm, 1963, 1-2)

Kısaca özetlemek gerekirse, monarşi ve teokraside görülen otoriter yapıyı bir kenara bırakırsak, Sovyet sosyalist kuram, liberal düzenin sınır tanımaz akışının toplumsal yaşamda neden olduğu adaletsizliklere ve sömürüye karşı tepki olarak ortaya çıkmıştır. Sovyet sosyalist düzende hakim olan baskıcı atmosfer ve liberal anlayışın sonu gelmez özgürlükçü yaklaşımı ise sosyal sorumluluk anlayışının oluşumunu tetiklemiştir.

Bu görüşü, Liberal Kuram = Tez, Sovyet Sosyalist Kuram = Anti Tez, Sosyal Sorumluluk Kuramı = Sentez, şeklinde de desteklemek mümkündür. Nitekim tarihsel gelişimleri göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu kuramların birbirlerine tepki olarak ortaya çıktıkları da görülmektedir.

Raşit Kaya, söz konusu özellikleri itibarıyla medya alanındaki sosyal sorumluk düşüncesiyle ilgili şu saptamayı yapmıştır:

“Sosyal Sorumluluk Medya Görüşü: Liberal medya görüşü basın özgürlüğünü güvence altına almadı. Bu yüzden sosyal sorumluluk görüşü tepki olarak ortaya atılmıştır.” (Kaya, 1985,52)

Sosyal sorumluluk anlayışının temelleri 1947’de ABD’de Robert M. Hutchins başkanlığında kurulan Hutchins Komisyonunun “Özgür ve Sorumlu Basın” adlı raporunda

ortaya konmaktadır. Komisyon, basında yer alan haberlerin adil olup olmadığını, çarpıtılıp çarpıtılmadığını, gerçekleri ne ölçüde yansıttığını soruşturmak üzere çalışmalarını sürdürmüştür. Özgürlükçü ortamın yarattığı sorumsuz gazeteciliğin gerçekte olup olmadığını araştıran Komisyon 1947'de yayınladığı bir raporda, basının beş temel hizmeti eksiksiz olarak vermesi konusunda ısrarla durmuştur.

Bu hizmetleri şöyle sıralayabiliriz:

1. Günün haberlerinin doğru ve kapsamlı olarak derlenmesi.

2. Bir yorum ve fikir alış-verişinde bulunma ortamı yaratılması.

3. Özgür bir basın tüm düşünceleri yansıtabilmelidir. Basın canlı, günü gününe, saati saatine yasayan bir tarihin aynasıdır. Bu ayna gerçeklere uygun olmalıdır ve bu gerçekleri halka gösterebilmesi için basının özgür olması şarttır.

4. Toplumun hedef ve değerlerinin açıklığa kavuşturulması ve bu alanda tanıtım metotları saptanması.

5. Toplumun her üyesine ulaşma yolları araştırılması ve oluşturulması. (Göral, 2003, 8)

Yukarıdaki maddelerde özgürlük vurgusu açıkça görülmektedir. Ancak söz konusu rapor için, basını özgürlükten ziyade sorumluluk alanına yönlendirmeyi hedeflemiştir, denilebilir. Kısacası rapor, özgürlüklerin kullanımını sosyal sorumluluk şartının yerine getirilmesine bağlamıştır.

Sosyal sorumluluk kavramı özellikle 1960'lardan sonra sıklıkla gündeme gelmeye başlamıştır. Avrupa'da bu kavram "kamusal çalışma-hizmet" olarak dile getirilirken, sosyal sorumluluk olarak sıklıkla kullandığımız tanımlama Anglosakson kökenlidir.

### **Sosyal Sorumluluk Anlayışının Doğal Bir Sonucu Olarak Özdenetim**

Sosyal sorumluluk, bireyleri ve kurumları topluma zararlı faaliyetlerden uzak durmaya yönelten bir anlayıştır. Özellikle gazetecilik gibi kamusal alanda hizmet veren bir meslek grubunda, toplumun çıkarlarının korunması, vazgeçilmesi imkansız bir sorumluluktur. Nitekim basın bir yandan demokrasinin kurumsallaşp kökleşmesine yardımcı olurken diğer yandan toplumsal bilincin artmasını da sağlar. Basın bireyler vasıtasıyla kamuoyunu oluşturur, kamuoyu ise kanaatleriyle demokrasinin işlemlerini sağlar.

Basın ve kamuoyu, toplumsal yaşamın demokratik yapılanmasını, gelişme, düzey ve biçimini önemli oranda belirleyen öğelerdir. Yönetenlerle yönetilenler arasındaki uyumda ve toplumda sağlıklı duygu, düşünce ve kanaatlerin oluşmasında, basın çok önemli bir iletişim kurumu olarak görev yapmaktadır. Basının işlevlerine uygun olarak kullanılması, sağlıklı ve etkin bir kamuoyunun oluşmasındaki süreyi ve gücünü de belirlemektedir. Doğru biçimde bilgilendirilmiş, düşünsel altyapısına katkıda bulunulmuş, özgür bir biçimde oluşması sağlanmış kamuoyunun, ilkeleri ve işlevleri çerçevesinde, sesi ve tepkisi sayılan bir basın kurumu o ülkenin demokratik kalkınmasının da baş mimarı niteliğine kavuşabilir. (Girgin, 2000, 132)

Şüphesiz demokratik kalkınma da, toplumsal algı düzeyi ile doğrudan bağlantılıdır. Böyle bakıldığında toplumsal farkındalığın ileri düzeylere taşınmasında en kritik rolü oynayan basının, söz konusu kalkınmayı sağlanması için, iki önemli özelliğe sahip olması gerekmektedir. Bunlardan birincisi özgürlük, diğeri ise söz konusu özgürlüğün sosyal sorumluluk bilinci ile kendisi (basın) tarafından korunmasıdır.

Sosyal sorumluluk kavramı içerisinde oluşan özdenetim, adından anlaşılacağı gibi, kişinin ya da kurumun kendisi dışında herhangi bir yönlendirmeye ya da baskıya maruz kalmadan gerçekleştirdiği denetimdir. Özdenetimin diğeri bir adı da otokontroldür. Ancak özdenetim, temel tanımındaki kişisel yapısının yanı sıra kurumsal olarak da gerçekleştirilebilen bir eylemdir.

Dolayısıyla özdenetim için, kurumsallaşabilen bir bireysel olgudur tanımı yapılabilir. Örneğin bir gazeteci haberini oluştururken nasıl ki özdenetime başvurabilirse, gazetenin genel yayın yönetmeni de gazeteyi yayımlamadan tüm haberleri inceleyerek ve sorumlu olduğu gazetenin içeriğine müdahale ederek özdenetimi gerçekleştirebilir. Böylelikle özdenetim uygulaması, gazetenin kurumsal kişiliği için de söz konusu olabilmektedir. Bunun yanı sıra gazetelerin ve gazetecilerin üye oldukları mesleki örgütler de, (oda, cemiyet, konsey gibi) basın alanında üyeleri aracılığıyla özdenetim eylemini gerçekleştirmektedirler.

“Özgürlük yararına olan bu davranış düzenlemesinin mesleğin saygınlığını korumak, mesleki ayrıcalıkların kötüye kullanılmasını önlemek, hükümetlerin müdahale nedenlerini ortadan kaldırmak ve ahlak ile sağduyu kurallarına uyulup uyulmadığını denetlemek gibi faydaları vardır.” (Özgen, 2006, 80)

Kendi kendini kontrol kavramı birbirinden farklı iki anlam taşımaktadır. Şöyle ki, kavram, basın alanında çalışan bir kimsenin bir olay karşısında ilerideki sorumluluğunu düşünerek, kendi kendini kontrol etmesini ve olay karşısındaki tutumunu ifade ettiği gibi, basın organlarının yine bu organlar tarafından meydana getirilmiş kurullar tarafından denetlenmesini de içerir. Uygulamada kendi kendini kontrol kavramı; basın organlarının kendilerinin meydana getirdiği kurullar tarafından denetlenmesini, yani yukarıdaki ikinci tanımı ifade eder. (Tikveş, 1969, 186)

Basında özdenetim uygulamalarının temel amacı yukarıda da sözü edildiği gibi, okuyucuyu korumaktır. Ancak özdenetim okuyucuyu koruduğu kadar yayım yapan kurum ve gazeteciyi de koruyan bir uygulamadır. Şöyle ki; basının hareket alanı devlet tarafından yasalar ile düzenlenmiştir. Özdenetimin uygulanması, basını ve basın çalışanını devletin hukuki yaptırımlarından korur. Doğal olarak özdenetimin eksiksiz işlediği bir alanda herhangi bir hukuki yaptırıma gerek kalmamaktadır.

### **Türkiye’deki Özdenetim Uygulamalarının Tarihsel Gelişimi**

27 Mayıs 1960 darbesi ile başlayan askeri müdahaleler, beraberlerinde her müdahale sonrası yeniden inşa edilen yeni basın rejimleri getirmişlerdir. Söz konusu müdahaleler ardından kurulan hükümetler de bu basın rejimlerini kendi çıkarları doğrultusunda revize etmişlerdir. Hal böyle iken, Türkiye’de devlet yönetimine hakim olan istikrarsız düzen basın alanında da fazlasıyla etkili olmuştur. Bu süreçte Türk basını, sürekli yeni düzenlemeler ile değiştirilen hareket alanına uyum sağlama telaşından, kendisini koruyabilecek bir özdenetim mekanizmasını uzun süre oluşturamamıştır.

Türk basınında dışarıdan herhangi bir müdahale olmaksızın, gazetecilerin ve akademisyenlerin özdenetimin etkin bir biçimde sağlanması amacıyla gerçekleştirdikleri ilk elle tutulur toplantının yılı 1968’dir. Söz konusu toplantı dahil olmak üzere, Basın Konseyi’nin kuruluşuna kadar düzenlenen, seminer, kongre, sempozyum ve oturumlar kronolojik olarak şu şekilde sıralanabilir:

1. (21–24 Mayıs 1968) Basının Kendi Kendini Kontrolü Semineri (İstanbul Toplantısı),
2. (7 Mart 1971) Basında Otokontrol ve Basın Şeref Divanı’nın Yeniden Etkili Şekilde İşletilmesi Konulu Toplantı (Ankara Toplantısı),
3. (19–21 Aralık 1975) İkinci Türk Basın Kongresi,
4. (22 24 Ocak 1983) Dünyada Basının Kendi Kendini Kontrol Sistemleri ve Uygulamaları Semineri,
5. (26–27 Mayıs 1986) Türk Basının Sorunları Sempozyumu,
6. (5 Temmuz 1986) Basın Konseyi ve Basının Sorunları Oturumu. (Arvas, 2010, 130)

Türk basınında dışarıdan müdahalenin engellenmesi amacıyla Cumhuriyet’in ilan

edildiği tarihlerden itibaren basın alanında savunma mekanizması arayışları zaman zaman askeri müdahaleler ile kesintiye uğramış olsa da sürekli gündemde kalmıştır. Türkiye'de basının kendi denetimini sağlamasına ve düzgün bir şekilde işleyen özdenetim mekanizmasına duyulan ihtiyaç özellikle 1980'li yıllarda artmıştır.

### **Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim Uygulamaları**

#### **Basın Konseyi:**

Yukarıda sözü edilen toplantılar, sempozyumlar ve oturumlarda Basın Konseyi'nin temelleri atılmıştır. 1986 Oturumu'nu takiben Oktay Ekşi öncülüğünde Konsey fikrini destekleyen gazeteciler bir çalışma grubu oluşturarak Basın Konseyi'ne giden ilk somut adımı atmışlardır. Çalışma grubunun hazırlıkları, gazetecilerin katkıları ve bireyseller çabalar sonucu Basın Konseyi'nin alt yapısı oluşturulmuştur.

“Çalışma grubunun faaliyetinin, 6 Şubat 1988 günü Konseyin fiilen kurulmasıyla somutlaştığı bilinmektedir. Böylelikle Basın Konseyi'nin resmi kuruluşu olarak kayıtlara geçen tarih de 6 Şubat 1988 olmuştur.” (Arvas, 2010, 130)

Basın Konseyi, Basın Meslek İlkeleri temelinde kurulan bir özdenetim kuruluşudur. Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri, Konsey henüz resmen kurulmadan, yukarıda sözü edilen çalışma grubu tarafından gazetecilerle yapılan fikir alışverişleri sonucu belirlenmiştir.

1987'de Basın Konseyi kurulmadan önce, bu kuruluşun üç önemli amacı şu şekilde açıklanmıştır:

1. Basın özgürlüğünü gerçekleştirmek ve korumak için mücadele etmek.

2. Basın Meslek İlkeleri'nin uygulanmasını sağlamaya çalışmak.

3. Gazetelere ve gazetecilere yapılan haksız saldırıları inceleyip, bunu yapanları teşhir etmek. (Demiray, 1996, 243)

Basın Konseyi, yukarıda vurgulanan amaçlardan 1. ve 3. maddeler göz önünde bulundurulduğunda, bir taraftan özdenetim mekanizması diğer taraftan da bir meslek örgütü olarak görev yapmayı hedeflemiştir. Basın Konseyi'nin kuruluşundan itibaren yayımladığı faaliyet raporlarına da bakıldığında, Konsey bir taraftan gazetecilere yapılan saldırı ve suikastları kınamış, gazetecilerin özlük haklarına karşı yapılan müdahalelere sert tepkiler göstermiş, diğer taraftan da gazetecilerin kamuoyuna karşı yerine getirmedikleri sorumlulukları teşhir etmiştir. Basın Konseyi için hem gazeteciye dışarıdan yapılan sorumsuz baskılardan ve müdahalelerden korumayı hem de kamuoyunu sorumsuz gazetecilik faaliyetlerinden korumayı amaçlamıştır, denilebilir. Basın Konseyi'nin ilk başkanı Prof. Dr. Faruk Erem'dir. Basın Konseyi'nde Ekim 1988'den Ocak 2011'e kadar olan yaklaşık 23 yıl süresince Oktay Ekşi başkanlık yapmıştır. Ekşi'nin bu kadar uzun bir süre başkan olarak kalması Konsey yönetiminin demokratik olmadığı yönünde eleştirilere yol açmıştır. 2011 Ocak ayında Oktay Ekşi'nin Konsey Başkanlığı'ndan istifa etmesi üzerine yerine Cumhuriyet Gazetesi Yazarı Orhan Birgit seçilmiştir.

Basın Konseyi'nin organları:

1. Basın Konseyi Üyeler Kurulu (BKÜK)

2. Basın Konseyi Yüksek Kurulu'dur. (BKYK)

Basın Konseyi'nin bir Genel Sekreteri ve Genel Sekreter'e bağlı, yeterli elemanlardan oluşan bir bürosu vardır. (Girgin, 2008, 276)

Basın Konseyi aşağıda kapsam dahilinde bulunan başvurular hakkında karar verir;

**A.** Türkiye'de yayınlanan yazılı, sözlü ve görüntülü tüm basın (medya) organları,

**B.** İnternet yayıncılığı yoluyla hizmet veren tüm kitlesel iletişim organları,

C. Bir kuruma bağlı olmaksızın gazetecilik yapanların yayınları,

D. Gazetecilik yapanların meslek uygulamaları,

E. Yukarıdaki kapsam içinde kalan gazeteci ve kitlesel iletişim organları tarafından, başkalarının (örneğin kamu kurumlarının veya yetkililerinin) gazeteciler ve basın (medya) organları ile ilgili uygulamaları ve suçlamaları. (Basın Konseyi..., 2009, 260-261)

Basın Konseyi'ne başvuran kişinin şikayetinin gerekçesini ve Basın Meslek İlkeleri'nden hangisinin ihlal edildiğine ilişkin görüşünü yazıyla ve açık bir biçimde ifade etmiş olması gerekmektedir. Ayrıca şikayette bulunan kişi, şikayete sebep olan yayın yahut belgeyi/belgeleri de bu şikayet yazısına eklemelidir.

Basın Konseyi Yüksek Kurulu basın (medya) mensupları ve basın (medya) organları hakkında:

a) Şikayeti yersiz bulma,

b) Uyarı,

c) Kınama kararı almaktadır. (Basın Konseyi..., 2009, 277)

Konseyin söz konusu kararları, Genel Sekreterliğin ulaşabildiği tüm basın (medya) organlarına iletilir. Konseyin yayın organı "Özgür Basın", Basın Konseyi'nin www.basinkonseyi.org.tr adresindeki internet sitesi, bunun yanı sıra yine Basın Konseyi'nce yayımlanan Basın Konseyi Yıllık Raporları aracılığı ile söz konusu kararlar, Konsey üyelerine ve kamuoyuna duyurulur.

Basın Konseyi'nin kararları sadece teşhir niteliği taşımaktadır. Konsey teşhir yoluyla utandırma yaptırımını kullanarak günümüzde de bir özdenetim mekanizması olma özelliğini korumaktadır.

#### **Ombudsman (Okur Temsilcisi):**

Gazetecilerin, hukukçuların, akademisyenlerin ve seçilmiş okur temsilcilerinin üye oldukları özdenetim kurumları ve bu kurumlarca oluşturulan ahlak kurallarının yanı sıra söz konusu bu kurallara uyulup uyulmadığını denetleyen, kurum içi denetleme mekanizmaları da özdenetimin sağlanması için kullanılmaktadır.

Bu bağlamda basında rastlanan özdenetim uygulamalarından birisi de ombudsmanlıktır. Bir diğer adı "kamu denetçisi" olan ombudsmanlık uygulaması, basın organının okuyucuları huzurunda özeleştirme yapmasına imkan tanırken diğer bir taraftan da kurum içerisinde bir özeleştirme yapılmasını sağlamaktadır.

"Basında ombudsman uygulaması Türkçeye "okur temsilcisi" kavramı olarak yerleşmiş olmakla birlikte halen her iki kavram da birbirinin yerine kullanılmaktadır." (Özgen, 2003, 27-34)

Ombudsman modeli İsveç'teki özdenetim uygulamalarından esinlenerek geliştirilmiştir. İsveç'ten diğer İskandinav ülkelerine, oradan da dünyanın diğer ülkelerine yayılmıştır. Avrupa Asamblesi İstisari Komisyonu ombudsmanlığı bütün dünyaya tavsiye etmiştir. Ombudsman "vatandaş koruyucusu" anlamına gelen İsveççe bir sözcüktür. Bir basın organı bünyesinde, soruşturma yapmak, karar vermek, açıklamalarda bulunmak ve bazen de hataları düzeltmekle görevli kişidir. Birçok ombudsmanın, gazetecilerin çalışması konusunda görüş belirten, bazen de eleştiren fıkralar yayımlamak için kendi gazetelerinde köşeleri vardır. Bazıları gazetecilerin ve yönetimin dikkatine sunulmak üzere eleştiriler kaleme alırlar. Ancak bunları okuyucu göremez. Bir ombudsmanı olan ilk basın organı "Louisville Courier-Journal" (ABD-1967) dir. (Demir, 1999, 30)

Medya alanında ombudsman uygulaması genel olarak değerlendirildiğinde üç başlık altında toplanabilecek amaç ve işleve sahiptir. Buna göre:

1- Ombudsman, kendisini doğrudan atayan gazete veya haber kuruluşu sahipleri açısından bir “ürün kalite kontrolü” işlevi görmektedir. Patron, “ürünü” alan “müşterinin” hangi açılardan şikayetçi olduğu konusunda fikir edinmektedir.

2- Gazetenin editoryal yönetimi ve muhabirleri, okur temsilciği sayesinde meslek etiği sınırları içinde hareket etmeye, hata ve eksikleri açıklıkla kabul etmeye yönlendirilmekte; ayrıca mesleğin işleyiş mantığını okurlara anlatma olanağı da bulmaktadır.

3- Bunların içinde en önemlisi, okurlar kendilerinin ciddiye alındığını, gazete içeriğinde söz sahibi, dolayısıyla gazetenin doğal bir ferdi olduklarını düşünmektedirler. Herkesten hesap sorma hakkını kendinde gören bir basın kuruluşunun hatalarını açıkça kabul etmesi, eksiklerini kompleks duymadan tartışması, okurları gazeteye daha sıkı bağlamaktadır. (Özgen, 2006, 233)

Gazetelerin ombudsmanlardan neler bekledikleri ise genel olarak şu şekilde sıralanabilir;

1- Haberlerin doğru ve dengeli verilip verilmediğini izleyerek sunulan haberlerin kalitesini arttırmak.

2- Okuyucuların habercilere daha kolay ulaşabilmelerini sağlayarak habercileri daha güvenilir kılmak.

3- Okuyucuların çeşitli konulardaki kaygıları hakkında gazetede haber çalışanlarını bilgilendirmek.

4- Şikayetlerin ve diğer sorunların yöneltilebileceği sorumlu bir kişi olarak, editörlerin ve haber yöneticilerinin zamandan tasarruf etmesini sağlamak.

5- Bazı şikayetleri çözümleyerek gazete hakkında yüklü tazminat davaları açılmasının önüne geçmek. (Atabek, 2005, 77)

Ombudsmanlık uygulamasının pratiğinde yaşanan en önemli sıkıntılardan biri, basın organı çalışanları ile ombudsman arasındaki uyum sorunudur. Çünkü gazeteciler kendilerini takip eden birinin varlığını her zaman o kadar da kolay kabul etmeyebilirler.

Türkiye’de Emre Kongar da benzer bir görevi Hürriyet Gazetesi’nde yerine getirmiştir. Kongar bunu “Yaşamın Anlamı” adlı kitabında şöyle anlatır:

‘Şu anda Babiâli’de çalışıyorum. Bir gazetede. Ama bu yazarlık değil... Gazetenin yayımının daha kaliteli ve hatasız olmasını sağlamakla ilgili bir iş. Sabah yedi buçukta iş başlıyor. Çılgınlar gibi raporlar yazarak, bütün gazeteleri okuyarak... Çıkmış olan veya çıkacak haberlerin kontrolü gibi bir iş...’

Emre Kongar artık bu görevi sürdürmemektedir. Nedeni muhtemelen Washington Post gazetesinin ombudsmanı Laiten’in yaptığı işle ilgili olarak belirttiği güçlüklerle aynıdır: Gazetelerin yazı işleri kadrosu birinin kendilerini tepeden izlemesini kolay kolay benimsememektedir. (Alemdar, 1990, 113)

Ombudsmanlık ülkemizde yaygın olarak görülmemesine rağmen Türk basınında ilk ombudsmanlık uygulaması 1980’li yılların başında Hürriyet Haber Ajansı’nda Seyfettin Turhan ve Hürriyet Gazetesi’nde Emre Kongar tarafından yapılmıştır. Seyfettin Turhan, Hürriyet Haber Ajansı için çıkardığı Aylık Bülten’de haber yazımındaki yanlışlıklara işaret etmiş ve temel gazetecilik kurallarını hatırlatmıştır. Emre Kongar da yaptığı işi “Gazetenin içeriğinin daha kaliteli ve hatasız olmasını sağlamakla ilgili bir iş...” olarak tanımlamıştır. (Özgen, 1999, 202-203)



Türkiye’de okur temsilciliği görevini ilk üstlenenlerden birisi de Yavuz Baydar’dır. Okur temsilcisi olarak göreve 1999 yılında Milliyet Gazetesi’nde başlayan Baydar, 2004 yılı itibariyle de Sabah Gazetesi’nin okur temsilcisi olarak görev yapmaktadır.

Yavuz Baydar’ın ardından Türkiye’de ombudsman sayısı artmıştır. Tirajı yüksek gazetelerin çoğu artık kadrolarında ombudsmanlara yer vermektedir. Hürriyet Gazetesi’nin Okur Temsilcisi Faruk Bildirici, Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisi Derya Sazak gibi.

### **Kurumsal Ahlak Kuralları (Doğan Medya Grubu Örneği):**

Günümüzde gazetecilerin, gazete sahiplerinin, genel yayın müdürlerinin, yazı işleri sorumlularının, radyo ve televizyon çalışanlarının, metin yazarlarının, reklamcılarının, iletişim alanında çalışan birçok meslek mensubunun ve bu alanda hizmet veren kuruluşların, kendi özel ahlak yasaları olabilmektedir. Gelişen dünya düzeninde gazetelerin, dergilerin, kısacası iletişim alanında yayım ve yayın yapan tüm kurumların kabul ettikleri ahlak yasalarının yanı sıra kendilerine ait kurumsal kuralları (yayın ilkeleri gibi) bulunmaktadır.

Kurum içerisinde, çalışanların “çalışma ve davranış kuralları”nı belirleyen ve ahlak kuralları niteliği de taşıyan bu düzenlemeler ile özdenetimin kurumsal boyutta sağlanması hedeflenmektedir.

Kurumsal olarak gerçekleştirilen özdenetim, gerçekleştirildiği kuruma dışarıdan (yasalardan, konseylerden, meslek örgütlerinden, kamuoyundan v.b.) gelebilecek şikayet ve tepkilerin en aza indirilmesi yolunda atılan önemli bir adımdır.

Türkiye’de de gazetelerin kendi bünyelerinde özdenetimi gerçekleştirmek için oluşturdukları ahlak kurallarına gösterilebilecek en bilinen örnek ise Doğan Medya Grubu Yayın Konseyi tarafından oluşturulmuştur.

Doğan Medya Grubu Yayın İlkeleri: Doğan Medya Grubu (DMG), kendi grubuna ait gazete, dergi, radyo ve televizyon kanallarının yayın politikasını ve ilkelerini belirlemek ve hukuka uygunluğunu takip etmesi amacıyla bir Yayın Konseyi oluşturmuştur. Doğan Medya Grubu Başkanı Aydın Doğan’ın önerisiyle kurulan Doğan Medya Grubu Yayın Konseyi üyeleri şöyledir: Prof. Dr. Feride Acar, Prof. Dr. Aydın Uğur, Orhan Birgit, Güneri Cıvaoglu, Hakkı Devrim, Oktay Ekşi, Şenez Erzik, Doğan Heper, Doğan Hızlan, Hasan Pulur, Özdem Sanberk, Sami Kohen ve Genel Sekreter Afıtap Pusat. (Çevrimiçi, 04 Temmuz 2011)

“Doğan Medya Grubu Yayın Konseyi 1999 yılının Aralık ayında gruba ait her basın organının uyması gereken ilkeleri belirlemiştir.” (Hürriyet Gazetesi, 01 Aralık 1999.)

Söz konusu Yayın Konseyi belirlediği ilkeler doğrultusunda, Doğan Medya Grubu bünyesinde yer alan basın yayın organlarını denetlemektedir. Konseyin faaliyet alanı şu şekilde belirlenmiştir:

1. Doğan Medya Grubu’nun yayıncılık alanında izleyeceği ilkeleri belirleyerek, yayıncılık standartlarının, evrensel gazetecilik ilkelerine, hukukun üstünlüğüne ve Anayasal düzene uygun olup olmadığını tespit etmek.

2. Grubun yayın organlarının bu ilkelere uygun yayıncılık yapıp yapmadığını düzenli bir şekilde izlemek. Grup ilkeleri doğrultusunda çıkan yayıncılık vakalarını izlemek, bununla ilgili görüş belirtmek, bu konuda Yönetim Kurulu Başkanına, Medya Grup Başkanına ve yardımcılara rapor sunmak ve tavsiyelerde bulunmak.

3. Grup içi ve grup dışı sorunlar konusunda değerlendirmeler yapmak, bu sorunlara çözüm üretmek.

4. DMG Yayın Konseyi, grubun kimliğini belirlemek kadar savunmak ve temsil etmekle de yükümlüdür.

Yayın Konseyi, medya grubu bünyesinde bulunan ve Doğan Medya Grubu Yayın İlkelerine uymayan, gazetelerine ve bu gazetelerde yer alan haberlere yönelik kınama kararları almaktadır. Söz konusu kınama kararları medya grubuna ait olan internet adresinde yer almaktadır. (Çevrimiçi, 01 Temmuz 2011)

Ancak internet adresinde 2007 yılı itibariyle söz konusu kararlara ait bir güncelleme yapılmamıştır.

Basın kuruluşlarının kendi bünyelerinde etik ilkeler belirleyerek, bunları yayın ilkeleri başlığı altında kabul etmesi durumu günümüzde sık rastlanan bir durumdur. Doğan Medya Grubu 1999 yılında bu duruma öncülük etmiştir. Gelişen basın dünyasında artık birçok yerel basın organının bile kendisine ait yayın ilkeleri bulunmaktadır.

## SONUÇ

Basın, toplumu etkilemedeki gücü, yöneten erki denetleme görevi, toplumsal çıkarları savunma özellikleri ile bilimsel çalışmalarda sürekli inceleme konusu olmuştur. Gelişmiş çağdaş toplumlarda çok önemli bir role sahip olan basının günümüzde hedef kitlesine, devlete ve temsil ettiği gazetecilik mesleğine karşı çeşitli sorumlulukları bulunmaktadır.

Basının sorumluluklarının belirlenmesi konusunda gereken tüm çalışmalar yapılmıştır. Önemli olan basının söz konusu sorumlulukları yerine getirmesini sağlamak ve yerine getirip getirmediğini denetleyebilmektir. İşte bu noktada, demokratik yönetimlerde basının denetimi sadece devlete bırakılmamaktadır. Devletin yanı sıra gazetelerin ve gazetecilerin üye oldukları mesleki örgütler ve kurumsal çabalarla da denetim eylemi gerçekleştirilmektedir. Söz konusu denetimde basının aktif bir rol oynaması nedeniyle, bu denetim eylemi “özdenetim” olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal sorumluluk anlayışının temel ögesi olan özdenetim, basının kendi ahlaki değerlerini belirlemesi ve bu değerler doğrultusunda kendi özgürlük alanını oluşturması anlamına gelmektedir.

Türk basını söz konusu özdenetim uygulamalarıyla her ne kadar geç tanışmış olsa da, Basın Konseyi 20 yılı aşkın bir süredir faaliyetlerine devam etmektedir. Oktay Ekşi Basın Konseyi'nde, kuruluşundan 2011 yılına kadar başkanlık görevini yürütmüştür. Bu görevin bunca yıl hep aynı kişi tarafından yürütülmesi ve Ekşi'nin aynı zamanda uzun yıllar Doğan Medya Grubu'na ait Hürriyet Gazetesi'nde başyazarlık yapması, Basın Konseyi'nin anti demokratik bir yönetime sahip olduğu ve taraflı davrandığı yönünde eleştirilere maruz kalmasına neden olmuştur. Ancak tüm bu eleştirilere rağmen Konsey çalışmalarına ara vermeden devam etmiş ve alternatifsiz bir özdenetim kuruluşu olma özelliğini korumuştur.

Tüm bunların yanı sıra, tirajı yüksek yaygın basın organlarında ombudsmanlık uygulaması da giderek artmaktadır. Ombudsmanlık uygulaması gelişen teknolojiye ayak uydurmuş, internet ortamına taşınarak okuyucuların gazete, gazeteci ve habere yönelik eleştirilerine daha hızlı cevap vermeye başlamıştır. İnternet teknolojisiyle birlikte ombudsmanlık hızla interaktif bir yapıya dönüşmektedir.

Son olarak günümüzde hemen hemen her basın kuruluşunun kendisine ait bir ahlak yasası (kuralları) bulunmaktadır. Türkiye'de gazetelerin kendi bünyelerinde özdenetimi gerçekleştirmek için belirledikleri ahlak kuralları, gazete çalışanlarının okuyucularına karşı daha sorumlu davranmalarını sağlamanın yanı sıra söz konusu basın organının itibarının korunmasına da yardımcı olmaktadır.

Hızla gelişen dünyada bireylerin ve dolayısıyla toplumun farkındalık düzeyi giderek artmaktadır. İnsanlar hayatlarına, şu veya bu şekilde müdahil olan her şeyi zamanla daha fazla irdelemekte ve bunlara karşı olumlu ya da olumsuz tepkiler geliştirmektedirler. Özellikle internet teknolojisinin kullanımının yaygınlaşmasıyla, okuyucuların basın kuruluşu ya da gazetecilere ulaşma süreci hız kazanmıştır.

Basın Konseyi'nin, ombudsmanların ve kurumların gerçekleştirdiği özdenetim faaliyetleri, gelişen internet teknolojisi sayesinde okuyucular tarafından kolaylıkla takip edilebilmektedir. Örneğin okuyucu, tercih ettiği gazete ya da gazetecinin güvenilirliğini, Basın Konseyi'nin ilgili kararlarını ve sorumlu ombudsmanın yazılarını internet üzerinden inceleyerek sorgulayabilme imkanına sahiptir.

Tüm bu gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, son yıllarda yaygınlaşan özdenetim uygulamalarıyla Türk basını giderek kendine has bir sosyal sorumluluk bilinci oluşturmaktadır, denilebilir.

### KAYNAKÇA

- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralı, Basında Özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Atabek, N. (2005). *Okur Temsilciliği: Türk Basınında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. No.1660.
- Demir, V. (1999). *Dünya Basın Konseyleri Birliği VII. Uluslararası Kongresi ve IV. Genel Kurulu Bildiriler Kitabı*. (T. Atabarut, Ed.), İstanbul: Basın Konseyi Yayınları.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*, İstanbul: İnkılâp Yayınevi.
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*, İstanbul: Der Yayınları.
- Kaya, R. (1985). *Kitle İletişim Sistemleri*, Ankara: Teori Yayınları.
- Özgen, M. (2006). *Gazetecinin Etik Kimliği*, İstanbul: Set-systems Tercümanlık Reklamcılık Yayıncılık Ltd.
- Özgen, M. (1998). *Gazetecinin Etik Kimliği*, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları. No.53.
- Siebert, F. S., Peterson, T., Schramm, W., *Four Theories of The Pres*, Urbana & Chicago: University of Illinois Press.
- Makaleler / Tezler:
- Arvas, İ. (2010). Cumhuriyet Döneminde Basında Etik Bağlamda Ortaya Konulan Uygulamalar ve Bir Meslek Örgütü: Basın Konseyi. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Demiray, M. (1996). Basında Konuşulan Basın. Yeni Türkiye Dergisi, Medya Özel Sayısı I, Sayı:11, 243.
- Göral, M. (2003).Spor Basın Ahlakı. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:8, 366.
- Özgen, M. (2003). Basında Bir Özdenetim Uygulaması Olarak Ombudsman. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı: XVII, 27-34.

Tikveş, Ö. (1969). Basında Kendi Kendini Kontrol Sistemi Hukuki Yönü. İ.H.F.M, Cilt: 34, Sayı:1-4, 186.

İnternet Kaynakları / Gazeteler

[http://www.dmgayayinkonseyi.com/kararlardan\\_ornekler.asp](http://www.dmgayayinkonseyi.com/kararlardan_ornekler.asp), Erişim: 04 Temmuz 2011

<http://www.dmgayayinkonseyi.com/>, Erişim: 01 Temmuz 2011

*Hürriyet Gazetesi*, 01 Aralık 1999.