

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE OKUR TEMSİLCİLİĞİ

Nejdet ATABEK*

Özet

Medya kuruluşlarında, özellikle gazetelerde okur temsilciliği uygulaması tüm dünyada son zamanlarda yaygınlaşmıştır. İlk okur temsilcisinin 1922'de Tokyo'da yayınlanan Asahi Shimbun'a atanmasından sonra bugün dünyada okur temsilcisine sahip olan medya kuruluşlarının sayısı yüz civarındadır. Dünyada ve Türkiye'de okur temsilciliğinin gelişimini inceleyen bu çalışmada, okur temsilciliğinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak için ombudsman kavramının kökenleri incelenmiştir. Sonra, bir ödenetim kurumu olarak okur temsilciliğinin okuyucu ve gazete arasındaki köprü rolü ve anlatılmıştır. Daha sonra, okur temsilciliğinin dünyadaki ve Türkiye'deki tarihsel gelişiminden söz edilmiştir. Son olarak, Okur Temsilcileri Örgütü'nün kuruluş amaçları ve çalışmaları anlatılarak bir ödenetim kurumu olarak okur temsilciliğinin medya için önemi vurgulanmıştır.

Anahtar sözcükler: Okur temsilciliği, ombudsman, basın, gazetecilikte etik.

Readers' Representation In Turkey and In The World

The practice of readers' representative has become common recently in media establishments and especially in newspapers all over the world. The first readers' representative was appointed to Asahi Shimbun in Tokyo in 1922 and today, the number of media establishments that have a readers' representative is about one hundred. In this study, which examines the development of readers' representation both in Turkey and in the world, the roots of the term ombudsman were examined in order to explain the readers' representation better. Then, self-control function fulfilled by the readers' representative and his bridging role between the readers and the newspaper was dealt with. Later on, historical development of readers' representation both in Turkey and in the world was told. Finally, the establishment aims of The Organization of News Ombudsmen and their works are explained and the importance of readers' representation for media as a self-control institute was underlined.

Key words: Readers' representantion, ombudsman, press, ethic in journalism.

.....

Ombudsmanlık Kavramının Kökenleri

Basında ombudsman uygulaması Türkçe'ye "okur temsilcisi" kavramı olarak yerleşmiş olmakla birlikte halen her iki kavram birbirinin yerine kullanılmaktadır (Özgen, 2003: 28). Ancak ombudsman kavramının kapsayıcılığı ve bu konudaki geniş literatür göz önünde bulundurulduğunda okur temsilcili-

ği kavramının tercih edilmesi yerinde olur. Starck ve Eisele (1999: 37) de basındaki ombudsman uygulamasını tanımlamak için dünyada okur temsilcisi, okur savunucusu, halk editörü gibi kavramların kullanıldığını belirtmişlerdir.

* Prof. Dr., Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü.

Okur temsilcisi kavramını daha iyi açıklayabilmek için ombudsman kavramının ne anlama geldiğinden ve nasıl ortaya çıktığından kısaca söz etmek gerekir. Günümüzde büyük bir yaygınlık kazanmış olan ve dünyanın hemen her köşesinde bilinen bir kavram durumuna gelen ombudsman sözcüğü; bireylerden, bürolardan, komisyonlardan oluşan çok çeşitli özel veya kamusal kurumlar için kullanılmaktadır. Ombudsman kurumu, bürokrasinin denetlenmesi ve kişilerin idare karşısında korunmasını amaçlayan bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır. Ombudsman kurumu, farklı ülkelerde farklı yasal ve anayasal düzenlemelerle gündeme geldiğinden bu kurum için üzerinde herkesin birleşeceği bir tanım ortaya koymak mümkün değildir. Genel bir tanım yapmak gerekirse ombudsman, idarenin giriştiği eylem ve işlemlerle ilgili olarak vatandaştan gelecek şikayetleri incelemeye ve haklı bulunduğu şikayetlere neden olan eylem ve işlemlerin kendilerinin veya zararlı sonuçlarının ortadan kaldırılması için uğraş vermeye yetkili bağımsız bir kurumdur (Keneş, 1997: 790).

Bazı kaynaklar ombudsman ile Çin’deki Han Hanedanlığı (İ.Ö. 206-İ.S. 220) sırasında varolan Yuan Control Kurumu, Roma’daki Halk Tribünleri ve 17. yüzyıl Amerikan kolonilerindeki Censors kurumları arasında paralellikler kurmaktadır (Avşar, 1997: 45). Pickl (1987: 101-107) ise “Ombudsman Sistemlerinin İslami Temelleri” adlı çalışmasında ombudsman sisteminin ortaya çıkışında İslam dünyasındaki şikayetleri inceleme sistemlerinin önemli bir esin kaynağı olduğunu belirtmektedir. 7. yüzyılın ilk yarısında İslam dünyasında daha çok kentlerdeki alışveriş mekanlarındaki genel ahlakın koruyuculuğunu üstlenen Muhtasib kurumu, bütün vatandaşların şikayetlerini bildirebileceği idari bir denetim kurumu

niteliğindedir. Abbasiler Dönemi’nde (750-847) de halk tarafından hükümet görevlileri hakkında yapılan şikayetleri incelemekle ve soruşturmakla görevli Divan-ı Mezalim kurumu oluşturulmuştur. Bir hakim tarafından yönetilen Divan-ı Mezalim, geleneksel devlet ve toplum sisteminde bütün haksızlıkların şikayet edileceği en son temyiz makamı durumundaydı. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi’nde ise Hakimler Hakimi Kadı al Kudat bu işlevi yerine getiriyordu.

İsveç ombudsmanının, 1713’de İsveç Kralı XII. Şarl tarafından kurulduğu kabul edilir. İsveç Kralı 1709’da Ruslara yenilerek Osmanlı Devleti’ne sığınır ve yaklaşık beş yıl Osmanlı topraklarında ikamet etmek zorunda kalır. Bu dönemde Kralı XII. Şarl, ülkesinin iyi yönetilmesi ve adaletsizliklerin önlenmesi için bir ferman çıkartarak ülkedeki yöneticilerin ve yargıçların yasalara uymalarını gözetecek bir kişiyi “Yüksek Vekil” olarak göreve atar. Böylece ülkede yasalara uyulmasını ve memurların görevlerini gerektiği gibi yapmalarını sağlayacak bir ombudsmanlık bürosu oluşturur ve ülkesini uzaktan yönetmeye çalışır. İsveç Kralı ülkesinde ombudsman kurumunu kurarken ikamet etmekte olduğu Osmanlı’nın devlet geleneğinden esinlenmiş ve etkilenmiş olduğu belirtilir. İsveç’te 1809’da anayasal bir kurum haline gelen ombudsmanlık günümüzde İsveç hukuk sisteminin temel kurumlarından biri durumuna gelmiştir (Uluer, 1992: 1022).

Ombudsman kurumunun İsveç’te uygulanmadan önce de değişik biçimlerde var olduğu ortadadır. Ancak, ombudsman kurumundan yararlanmak isteyen ülkeler bunun en yakın ve kendilerine göre en uygulanabilir örneğini İsveç’te bulmuşlar ve daha önceki zamanlardaki uygulamaları incelemek gereği duymamışlardır. Bu nedenle

ombudsmanın tarihi genellikle 18. yüzyıldan başlatılmaktadır (Gellhorn, 1967: 194).

Dünyanın pek çok ülkesinde görülen ombudsman kurumu görev alanları itibarıyla bir takım farklılıklara sahiptir. Günümüzde uluslararası düzeyde, devlet düzeyinde, eyalet düzeyinde, mahalli idareler ve çeşitli kamu teşebbüsleri düzeyinde uygulanan ombudsman sistemleri mevcuttur. Ayrıca, Avrupa Birliği düzeyinde de ombudsman kurumuna yer verilmiştir. Uzmanlık alanlarına göre de ombudsmanlar sağlık, tüketici, silahlı kuvvetler, polis, üniversite, çocuk, sinema, bankacılık, sigortacılık, taşımacılık ve gazetecilik gibi alanlarda görev yapmaktadır.

Okur Temsilcisinin İşlevleri

Gazetelerde okur temsilcisinin kurum içinde haber üretimi sürecinde çalışan gazetecilere ve kurum dışında okuyuculara yönelik olmak üzere ikili bir işlevi vardır. Okur temsilcisi bir taraftan gazetesinde yayımlanan haberleri, röportajları, fotoğrafları, kısacası tüm gazete içeriğini doğru, dengeli ve adil olması bakımından izler. Belirli bir standardın altındaki gazete içeriği konusunda gazetede ilgili birimlerin veya kişilerin dikkatini çeker. Okur temsilcisi diğer taraftan görev yaptığı gazetenin içeriğine yönelik olarak okuyuculardan gelen şikayetleri inceleyerek söz konusu içerikleri düzeltmek ya da onlara açıklık kazandırmak için uygun yanıtlar verir veya çözüm yolları önerir. Bunu yaparken de gazete içeriğine yönelik olarak yapılan eleştiriler konusunda gazetede birim şeflerinden veya ilgili muhabirlerden okuyucu için açıklamalar ister. Ancak şunu belirtmek gerekir ki okur temsilcileri, gazete çalışanları üzerinde bir denetim sağlamaktan çok onlara önerilerde bulunarak işlevlerini ve görevlerini yerine getirirler (Atabek, 2005: 70-76).

Okur temsilcisinin gazetede üstlendiği görev çalıştığı kuruma göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak haber toplatılmasına gözlemci olarak katılırlar, eleştirilerini gazete yönetimine veya ilgili gazete çalışanlarına iletirler, her hafta düzenli olarak okur temsilcisi köşesinde okuyucu eleştirilerini yanıtlarlar veya haber içeriklerine ilişkin bazı sorunlara dikkati çekerler. Okur temsilcisinin temel görevi, haberlerde adillik, doğruluk ve dengelilik ölçütlerinin yerine getirilmesini sağlayarak kurum içi özdenetim işlevini yerine getirmek ve etik standartların korunmasına katkı sağlamaktır. Okur temsilcisi bu işlevini yerine getirirken bir taraftan da okuyucu şikayetlerini dinleyerek ve onlara uygun yanıtlar vererek gazete için bir nevi halkla ilişkiler görevini de yerine getirmiş olur.

Gina’ya (1999) göre bir gazete şu nedenlerden dolayı okur temsilcisine sahip olmalıdır: 1.Haberlerin doğru ve dengeli verilip verilmediğini izleyerek sunulan haberlerin kalitesini arttırmak. 2.Okuyucuların muhabirlere daha kolay ulaşabilmelerini sağlayarak muhabirleri daha güvenilir kılmak. 3.Okuyucuların çeşitli konulardaki kaygıları hakkında gazetede haber çalışanlarını bilgilendirmek. 4.Şikayetlerin ve diğer sorunların yönetilebileceği sorumlu bir kişi olarak editörlerin ve haber yöneticilerinin zamandan tasarruf etmesini sağlamak. 5. Bazı şikayetleri çözümleyerek gazete hakkında yüklü tazminat davaları açılmasının önüne geçmek.

Kabaca ifade etmek gerekirse okur temsilcileri meslektaşlarını, kendi kurumlarını hatta iş arkadaşlarını eleştirmek için ücret alırlar. Bir başka deyişle okur temsilcileri “kirli çamaşırları ortaya dökerler”. Okur temsilcilerinin çoğu bunları bütün dünya görsün diye kamuoyunun önünde yapar.

Bundan dolayı da iyi bir okur temsilcisi gazetede kısa sürede dışlanan yalnız bir kişi haline gelir. The Minneapolis Tribune gazetesinin eski editörü Charles W. Bailey'e göre "Okur temsilcisinin işi kendini, editörünü ve hatta gazetesini yüceltmek veya yermek değildir. Okur temsilcisinin görevi, okuyucunun saygısını yeniden kazanmak veya muhafaza etmektir... Uzun dönemde, halkın bir gazeteye inanmaya, onu okumaya, desteklemeye ve satın almaya devam etmesini sağlayan tek duygu, gazeteye duyduğu saygıdır" (Nauman, 1994).

Başarılı bir okur temsilcisinin şu özellikleri taşıması beklenir (Nauman, 1994): 1.Gazetecilik süreçlerini iyi bilmelidir. Bunun için de deneyimli bir muhabir veya editör olmalıdır. Gazetecilerin işlerini nasıl yaptığını, haberi takip ederken ve yazarken neler düşündüğünü anlayabilmelidir. 2.Gazetenin hizmet verdiği okuyucu kitlesinin demografik, tarihi ve coğrafi (bölgesel) özelliklerini kavrayabilmelidir. 3.İnsanlarla gerçekten samimiyetle ilgilenebilmeli, savunma durumuna geçmeden onları dinleyebilmelidir. 4. Başarılı bir okur temsilcisi güçlü bir karaktere sahip olmalıdır ve her okur temsilcisinin başına gelen yalnızlıkla baş etmek için psikolojik baskılara dayanıklı olmalıdır.

Gazetelerde haftalık olarak yayımlanan okur temsilcisinin köşesi, gazetenin diğer kısımlarından kolayca ayrılacak şekilde farklı bir görünüme sahiptir. Bu köşenin içeriği de okuyucuya okur temsilcisinin eleştirel görüşlerini kolayca kavrayabilmesini sağlayacak şekilde sunulmalıdır. Brezilya'da yayımlanan Folha de S. Paulo Gazetesi okur temsilcisi köşesi üzerine yapılan bir araştırma okur temsilcisi köşesinin şu konuları kapsadığını ortaya çıkarmıştır (Mendes, 2005):

1.Gazeteler arasında karşılaştırma, 2.Belirli konular, haberler, yorumlar, başlıklar, fotoğraflar vb. içerikle ilgili olarak eleştiriler, 3.Gazetede ve diğer medyada yer alan haberlerle ilgili olarak ortaya çıkan etik sorunlar hakkında tartışmalar, 4.Okur temsilcisinin kendi kendini eleştirisi, 5.Gazetecilikle ilgili konuların gözden geçirilmesi, 6.Okuyucu taleplerinin sunumu (Bazen okuyucu mektuplarının aynen yayımlanması), 7.Gazetelerin diğer işletme sorunlarının yanı sıra tiraj problemleri hakkında görüşler, 8.Okur temsilcisinin diğer basın çalışanları ile tartışmaları, 9.Kendi gazetesini ve diğer medyayı övmek, 10.Haberlerin nasıl elde edildiğini ve yazıldığını anlatarak okuyucuyu haber üretim süreçleri hakkında bilgilendirmek, 11.Gazete çalışanlarının kendi aralarındaki ve diğer medya çalışanları arasındaki tartışmaları anlatmak, 12.Okuyucuların okur temsilcisi köşesine gösterdiği ilgiden söz etmek, 13.Ortaya çıkan gramer sorunları hakkında tartışmak.

Okur temsilcileri her hafta düzenli olarak yazdıkları köşelerinde eleştirilerde bulunurlar, açıklamalar yaparlar, gerektiğinde de övgüler sunarlar. Bazen de haberlerin gazetelerinde doğru verilip verilmediğini ortaya koymak için haberlere konu olmuş kişilere ulaşarak onlara haber konusu olayla ilgili olarak doğrulama soruları sorarlar ve yorumlarına başvururlar.

Okur temsilcileri, okuyucular için çoğu zaman gizemli, bu nedenle de kuşku duyulan bir süreç olan haber toplama sürecinin halka anlatılmasına yardımcı olurlar. Okuyucular için gazete içinde iletişim kurabilecekleri bir kişinin bulunması, haber medyasının halkın sorunlarına uzak, tepeden bakan, duyarsız ve ortalama vatandaş için ulaşılamaz şeklindeki inancın yıkılmasına yardımcı olabilir. Okuyucular için okur temsilcisi köşeleri iyi

bir tartışma zemini oluşturabilme potansiyeline de sahiptir.

Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisi Baydar’a göre Okur Temsilcisi Köşesi’nin amaçları şöyle sıralanabilir (Milliyet, 27 Mart 2000: 22): 1.Okuru gazetesinin içeriği konusunda söz sahibi yapmak, 2.Eleştiriye ve özeleştiriye tümüyle açık olmak, 3.Gazetenin iç işleyişini ve içerikle ilgili alınmış kararları nedenleriyle birlikte okura açıklamak, 4.Gazete ile okur arasında köprü olmak, 5.Etik ve basın ahlakı ile ilgili tartışmaları korkusuzca canlı tutarak gazetecilik standartlarını yükseltmek, 6.Dünyadaki gazete-okur ilişkilerini ve etik tartışmalarını kendi gazete okurlarına aktarmak.

Baydar, Milliyet Gazetesi’ndeki Köşesi’nde (26 Mart 2001: 21) okur temsilcisinin üç önemli hedefini de şöyle ifade etmektedir: 1.Okur Temsilcisi, kendisini atayan gazete sahipleri açısından bir “ürün kalite kontrolcüsü” işlevi görür. Patron, “ürünü” alan “müşterinin” hangi açıdan şikayetçi olduğu konusunda net bir şekilde fikir sahibi olur. 2.Gazetenin editöryal yönetimi ve muhabirleri, okur temsilciliği sayesinde meslek etiği sınırları içinde hareket etmeye yönlendirilir. 3.Okurlar kendilerinin ciddiye alındığını, gazetenin içeriğinde söz sahibi olduklarını düşünürler.

Okur Temsilciliğinin Ortaya Çıkışı

Okur temsilciliği dünyada ilk kez Japonya’nın başkenti Tokyo’da yayımlanan Asahi Shimbun gazetesinde okuyucu şikayetlerini dinlemek ve incelemek için 1922’de kurulan bir komite ile ortaya çıkmıştır. Büyük tiraja sahip diğer bir Tokyo gazetesi Yomiuri Shimbun da gazetenin kalitesini belirli bir çizginin üzerinde tutmak amacıyla 1938 yılında bir komite oluşturmuştur. Günümüzde gazete ile ilgili olarak okuyucu şikayetlerini dinleyen ve her gün editörlerle

toplantılar yapan Yomiuri Shimbun’daki bu komite, 1951’den başlayarak okur temsilciliği komitesi adını almıştır (Lubrano, 1999).

Pek çok yerde okur temsilciliği uygulamasının kaynağı olarak gösterilseler de aslında ABD ve Kanada’da okur temsilciliğinin başlaması görece yenidir. ABD’de ilk gazete okur temsilcisi 1967 yılı haziran ayında Kentucky eyaletinin Louisville kentinde yayımlanan The Courier Journal ve The Louisville Times’ın okuyucularına hizmet vermek için atanmıştır. Kanada’da ise ilk okur temsilcisi 1972’de The Toronto Star gazetesinde göreve başlamıştır. Bugün dünyada yaklaşık 40’ı ABD’de olmak üzere 100’e yakın saygın gazetenin düzenli yazan okur temsilcisi bulunmaktadır. Bu gazeteler arasında Washington Post, Los Angeles Times, Le Monde, Guardian ve 10 milyon tirajlı Yomiuri Shimbun gibi dünyanın en prestijli gazeteleri yer almaktadır.

Basın alanında okur temsilcisi uygulaması dünyada iki farklı biçimde görülmektedir. Birincisi, İsveç’te uygulanan biçimiyle okur temsilcisi, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir ve hükümetle hiçbir bağı yoktur. Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcisinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilen okur temsilcisinin maaşı Yayıncılar Derneği’ndeki gazeteciler tarafından ödenir. İkincisi, Amerika Birleşik Devletleri’nde uygulandığı biçimiyle okur temsilciliğinde ise her basın organı eğer istiyorsa, kendi yayın kuruluşunun okur temsilcisini kendisi belirler. Bir başka deyişle, isteyen basın organı özdenetim amacıyla bünyesinde sadece kendi yayınlarının içeriğini izleyecek bir okur temsilcisi bulundurur. Bu modelde okur temsilcisi, bir taraftan kurum içi yazılı eleştiriler yayınlarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını

hatırlatırken diğer taraftan da gazetede çıkan haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikayetlerini değerlendirir. Bu modelde okur temsilcisi, haberlerin hazırlanma aşamasına müdahale etmez, sadece yayınlanmış haberlere gelen eleştirileri yanıtlayarak, hataların tekrar edilmemesine gayret gösterir (Alemdar, 1990: 28-29). ABD modelinde okur temsilcisinin maaşını da bu görevi ona veren yayın kuruluşu üstlenir.

Gazetelerin okur temsilcisine sahip olmak konusunda fazla istekli olmamaları bu konuda bazı argümanların gündeme getirilmesine de neden olmuştur. Bu görüşler şöyle sıralanabilir: Birincisi, okur temsilcisi istihdam etmenin söz konusu kişinin deneyimi ve sahip olduğu özellikler göz önünde bulundurulduğunda gazete için pahalı bir girişim olacağı ve her gazetenin bunu kaldıramayacağı ileri sürülmektedir. İkincisi, pek çok editör, okur temsilcilerinin onların okuyucularla ilişki kurmalarına mani olacağı inancını taşımaktadırlar. Sonuncusu, gazetenin haberlerini eleştirmelerinden dolayı genellikle okurlar gözünde popüler hale gelen okur temsilcileri pek çok gazete sahibi tarafından istenmezler. Bugün pek çok kuruluş örneğin alışveriş merkezleri, polis, belediye, fabrikalar, vb. bünyesinde müşteri temsilcilerine sahiptir. Ancak günümüzde en çok eleştirilen kurumlar arasında yer alan gazetelerin bu konuya yeterince önem vermeleri eleştirilmesi gereken bir durumdur (Cox, 2005).

Türk Basınında Okur Temsilciliği

Türkiye’de vatandaşların haklarını idareye karşı koruma anlamında ombudsman sisteminin kurulması zaman zaman tartışma konusu edilse de henüz somut adımlar atılamamıştır. Türk basınında ise ismi konulamamakla birlikte okur temsilciliği görevini kısmen de olsa yerine getiren bazı öncü uy-

gulamalar 1980’li yılların başında görülmeye başlanmıştır. Hürriyet Haber Ajansı’nda Seyfettin Turhan ve Hürriyet Gazetesi’nde Emre Kongar bu yıllarda bazı yönleri ile okur temsilciliğine benzer görevler yerine getirmişlerdir. 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, 1998: 202-203).

Son yıllarda Türk basın sektöründe okur temsilciliği, gazetelerde etik standartlara uyulmasını sağlamanın bir yolu olarak; özdenetim işlevini yerine getirecek bir kurum olarak gündeme gelmiştir. Bu anlamda Türkiye’nin ilk okur temsilcisi Yavuz Baydar 22 Mart 1999’da Milliyet Gazetesi’nde göreve başlamıştır. Daha sonra 19 Mart 2002’de Doğan Satmış Hürriyet Gazetesi’nde aynı görevi üstlenmiştir. Baydar’ın 5 Kasım 2004’de Sabah Gazetesi’ne yine okur temsilcisi olarak geçmesiyle Sabah Gazetesi de okur temsilcisine sahip gazeteler arasına katılmıştır. Milliyet Gazetesi’nde boşalan okur temsilciliği görevini ise emektar gazeteci Derya Sazak üstlenmiştir. Akşam Gazetesi’nde 16 Haziran 2005 tarihinde gazeteci Banu Kurt’un “Okur Temsilcisi” başlığını taşıyan ve haftalık olarak yayınlanan bir köşe açmasıyla Türk basınında okur temsilcisine sahip gazetelerin sayısı dörde yükselmiştir. Ayrıca, yine Akşam Gazetesi’nde değerli gazeteci Şakir Süter’in 5 Nisan 2004 tarihinden beri “Okuyucu Mektupları” başlığını taşıyan ve haftada bir düzenli olarak yayınlanan köşesinden de söz etmek gerekir.

Okur Temsilcileri Örgütü ONO

Okur Temsilcileri Örgütü ONO (The Organization of News Ombudsmen) uluslar

arası bir örgüt olarak 1980 yılında kurulmuştur. İlk zamanlar adı Gazete Okur Temsilcileri Örgütü (Organization of Newspaper Ombudsmen) olan ONO'ya daha sonra başvurular üzerine diğer medya kuruluşlarından (radyo ve televizyonlardan) da üye kabul edildiği için örgütün adı Okur Temsilcileri Örgütü (Organization of News Ombudsmen) olarak değiştirilmiştir (jaCoby, 2005). Üyelerinin büyük bir kısmı gazetelerde görevli olan ONO'ya ABD, Kanada, Fransa, İngiltere, Japonya, İsrail, Hollanda, Portekiz, İspanya, Kolombiya, Türkiye, Venezüella gibi pek çok ülkeden okur temsilcileri üyedir.

Dünyadaki okur temsilcileri arasındaki ilişkilerin kurulmasını ve sürdürülmesini sağlayan ONO, her yıl üyelerinin bulunduğu kentlerin birinde konferans düzenler. Bu konferanslarda habercilik pratikleri ve okur temsilcilerinin karşılaştıkları çok çeşitli sorunlarla ilgili konular tartışılır. ONO, bugüne kadar Chicago, Sandiego, Barcelona, Montreal gibi kentlerde konuşmacılar çağırarak, paneller ve konferanslar düzenleyerek çeşitli etkinliklerde bulunmuştur. Konferans konuları arasında: 1.Cinsellik içeren suçların gazetelerde sunumu, 2.Haber kaynaklarının belirtilmemesi, 3.Özel yaşam alanına girilmesi, 4.Çıkar çatışmaları, 5.Haber güvenilirliği, 6.Haberlerde çocukların kimliklerinin korunması, 7.Haberlerde etnik, dini vb. azınlıkların verilmesi gibi konular yer alır (Lubrano, 1999).

ONO çalışmalarını şu amaçlar doğrultusunda yürütmektedir (Organization of News Ombudsmen, 2005): 1.Gazetecilikte etik standartların yükseltilmesinde ve bu standartların korunmasında gazetecilik mesleğini yapanlara yardımcı olmak ve böylece

okuyucuların gözünde gazetecilik mesleğinin saygınlığını arttırmak. 2.Okur temsilcileri için mesleki standartlar belirlemek ve tavsiye etmek. 3.Gazetelerde ve başka medya kuruluşlarında okur temsilciliği kurumunun yaygınlaşmasına yardımcı olmak. 4.Bir platform oluşturarak üyeleri arasında deneyim, bilgi ve görüş alışverişinde bulunmasını sağlamak. 5.Yayımcılar, editörler, basın konseyleri ve diğer mesleki örgütler arasında ilişkileri geliştirerek medya ile ilgili çeşitli konulara ilgi duyan gruplar için konuşmacılar sağlamak.

Sonuç

Dünyada basın alanında görece yeni bir uygulama olan okur temsilciliği sayısal çokluk anlamında yavaş fakat sürekli bir gelişim göstermektedir. Gazete ile okuyucu arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde ve haber içeriklerine yönelik okuyucu şikayetlerinin giderilmesinde okur temsilcisi önemli bir role sahiptir. Okur temsilcisi hem okuyuculardan gelen eleştirileri hem de kendi görüşlerini haber üretim sürecinde çalışan gazetecilere aktararak haber içeriklerinin daha doğru, adil ve dengeli bir biçimde yayımlanmasına katkı sağlar.

Uluslararası alanda ONO çatısı altında örgütlenen ve sayıları yüze ulaşan okur temsilciliği uygulamasından Türk basını da etkilenecektir. Milliyet ve Hürriyet gazetelerinin ardından Sabah gazetesi de okur temsilciliği uygulamasına başlamıştır. Okuyucu odaklı olan okur temsilciliği, basının karşı karşıya olduğu çok çeşitli etik sorunların üstesinden gelmek için tek başına yeterli olmayabilir ancak bir özdenetim mekanizması olarak iyi işletildiğinde basın için önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırdığına kuşku yoktur.

Kaynakça

- Alemdar, Z.(1990). *Oyunun kuralı*. Ankara: Bilgi Yayınevi
- Atabek, N. (2005) *Okur temsilciliği: Türk basınında okur temsilcisi köşeleri üzerine bir araştırma*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Avşar, Z. (1997). *Ombudsman*. Ankara: HAK-İş Eğitim Yayınları.
- Baydar, Y. (2000, Mart, 27). *Özelleştirmenin 365 günü*. *Milliyet gazetesi*. 22.
- Baydar, Y. (2001, Mart, 26). *Okur temsilcisi 2 yaşında*. *Milliyet gazetesi*. 21.
- Cox, D. (2005). *Why don't more newspapers hire Ombudsmen?*. 17 Ocak 2005.
<http://www.newsombudsmen.org/cox.html>.
- Gellhom, W.(1967). *Ombudsman and other-citizen's protectors in nine countries*. U.S.A.: Harvard University Pres.
- Keneş, B.(1997). *Bir denetim mekanizması olarak ombudsman, Türkiye’deki ihtiyaçlara ne kadar cevap verebilir?*. *Yeni Türkiye dergisi*. Ankara: 11, 790-799.
- Lubrano, G. (1999). *The organization of news ombudsmen*. 12 Ocak 2005.
<http://www.newsombudsmen.org/lubrano11.html>
- Mendes, J. F. (2005). *Ombudsman: self-criticism in newspapers*. 12 Ocak 2005. <http://www.newsombudsmen.org/mendes.html>
- Nauman, A. C. (1994). *News Ombudsmanship: Its history and rationale*. 07 Ocak 2005.
<http://www.newsombudsmen.org/nauman2.html>.
- Özgen, M. (1998). *Gazetecinin etik kimliği*, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Özgen, M. (2003). *Basında bir özdenetim uygulaması olarak ombudsman, İstanbul üniversitesi iletişim fakültesi dergisi*, 16, 27-34.
- Pickl, V. (1987). *Ombudsman sistemlerinin islami temelleri*. Taykan Ataman (Çeviren), *Yeni Türkiye dergisi*, Ankara: 11, 800-805.

- Starck Kenneth, J. E. (1999). Newspaper ombudsmanship as viewed by ombudsmen and their editors. *Newspaper research journal*, 20, 37-49.
- Uluer, Y. (1992). Ombudsman (Kamu Denetçisi). *1.Ulusal idare hukuku kongresi*, Ankara: Danıştay Yayınları.
-(2005). Organisation of news ombudsmen: what is ONO?“, 06 Ocak 2005.
<http://www.newsombudsmen.org/lubrano11.html>

