

BİR ÖZDENETİM ARACI MEDYA ETİK KONSEYİ

Adem AYTEN*

Öz

Kamuoyunu yansıtan ve oluşturulmasına katkıda bulunan basın en önemli sorumluluğu haberi, bilgiyi gerçeğe en yakın biçimde aktarmaktır. Ancak, siyasi ve ekonomik baskılar, kurumsal ve kişisel etkenler, zaman zaman ahlaki sapmaların yaşanmasına ve bireylerin en temel hakkı olan iletişim hakkı ve özgürlüğünün sektöre uğramasına sebep olabilmektedir. Bunların hepsinin önüne geçebilmek için düzenlemelere/uygulamalara ihtiyaç duyulmuştur. Bu çerçevede, basının kendi kendini denetlemesi, yani 'özdenetim' ya da 'oto – kontrol' sistemi, devlet otoritesinin basına müdahalede bulunmasını önlemek ve kamuoyu karşısında saygınlığı olan bir basın yaratmak, ihtiyacından kaynaklanmıştır. Türk medyasında özdenetimi gerçekleştirmek üzere çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamaların en sonuncusu 2007 yılında kurulan Medya Etik Konseyi'dir. Etik Konseyi yalnızca sadece basın alanında değil görsel alanda da getirmiş olduğu ilkelerle haleflerinden ayrılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Medya Etik Konseyi'nin yapısını, faaliyetlerini ve işleyişini inceleyerek Konsey'in geçen 6 yıllık sürede amacına ulaşip ulaşmadığını ortaya koymaktır. Çalışmayı gerçekleştirebilmek için, Medya Etik Konseyi Kurucu Üyesi de olan Yüksek Kurul başkanı Halit Esendir'le bir görüşme gerçekleştirilmiş, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Basın Konseyi, Hürriyet ve Sabah gazeteleri okur temsilcileri Faruk Bildirici ve Yavuz Baydar'ın görüşleri ile konunun uzmanları Prof. Dr. Murat Özgen ve Prof. Dr. Atilla Girgin'in değerlendirmelerine başvurulmuştur. Ayrıca konseyin web sitesi, kuruluş bildirgesi, yayınlamış olduğu ilkeler ve basın bülteni olarak yayınladığı İlkeli Medya incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Özdenetim, Basın Meslek İlkeleri, Medya Etik Konseyi

A SELF-REGULATION TOOL: THE COUNCIL OF MEDIA ETHICS

ABSTRACT

The most important responsibility of the press, which contributes to creating and reflecting public opinion, is to report the news as truthfully as possible. However, political and economic pressures, as well as institutional and personal factors, can cause journalists to report incorrect information, later causing government interventions that disrupt the freedom of communication and communication right. To avoid these limitations, it is necessary to create and implement a system of regulations from the press itself before state intervention is necessary. The press must create a system of 'self-regulation' or 'auto-control' that strives to report only reliable news by creating a strong structure and set of professional DOs and DON'Ts. There are various forms of self-regulation in Turkish media. The most recent of those forms is the Council of Media Ethics, founded in 2007. The Council of Media Ethics helps to regulate not only the press but also visual public content as well. The objective of this research is to examine the structure, functions and activities of the Council of Media Ethics. To perform the study, an interview has been done with Halit Esendir, the head of the Supreme Committee and a founding member of the Council. In addition, this research includes interviews with the Turkish Journalists' Association, The Press Council, the ombudsmans Faruk Bildirici of Hürriyet Daily, Yavuz Baydar of Sabah Daily, and Professors Murat Özgen and Atilla Girgin. The council's web site, founding statement of the Council, declared professional codes of the Council and press bulletin İlkeli Medya published by the Council are examined as well.

Keywords: Self-regulation, Professional Codes of Journalism, The Council of Media Ethics

* Araş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, ademay@istanbul.edu.tr

GİRİŞ

Basının etkisi ve gücü göz önünde bulundurulduğunda, kamuoyunu yansıtan ve oluşturulmasına katkıda bulunan basının en önemli sorumluluğu haberi, bilgiyi gerçeğe en yakın biçimde aktarmaktır. Ancak, siyasi ve ekonomik baskılar, kurumsal ve kişisel etkenler, zaman zaman ahlaki sapmaların yaşanmasına ve bireylerin en temel hakkı olan iletişim hakkı ve özgürlüğünün sekteye uğramasına sebep olabilmektedir.

Basın alanında yapılacak düzenleme ve uygulamalar, basının demokratik çoğulcu parlamenter sisteme dayalı olarak yönetilen ülkelerde gördüğü işlevler açısından önem taşır. Bu ülkelerde, yasa koyucunun basının görevlerine müdahale olasılığını doğuracak düzenlemelerden kaçınması gerekmektedir.

Bu çerçevede, basının kendi kendini denetlemesi, yani 'özdenetim' ya da 'oto – kontrol' sistemi, devlet otoritesinin basına müdahalede bulunmasını önlemek ve kamuoyu karşısında saygınlığı olan bir basın yaratmak, ihtiyacından kaynaklanmıştır. Basında kendi kendini denetim yöntemine özdenetim denir. Özdenetimle anlatılmak istenen, mesleki saygınlığı sağlamak, doğru güvenilir haber vermek, yorumları inanılır kılmak, okuyucunun güvenini sürdürmek için yapılması ve yapılmaması gerekenlerin bütünüdür (Alemdar, 1990: 24).

Özdenetimin işlevi basının saygınlığını arttırmak, özgürlüğü sağlamak, doğru ve güvenilir haber vermektir. Gazete ve gazetecilere basın yasasıyla nasıl davranacaklarına ilişkin kesin kurallar içeren bir çerçeve çizilmiştir. Basın yasası gazetecilerin yasayı ihlal etmeleri durumunda çeşitli yasaklama, kısıtlama, cezalar getirmektedir. Özdenetim mekanizmasının temel işlevi ise basının, yasaların baskısıyla değil kendi oluşturdukları kurullarla çalışmasıdır. Yani özdenetim mekanizması hem devletin yasalarla basına olan müdahalesini ortadan kaldırmak hem de basın özgürlüğünün kötüye kullanılmasından doğan etik ihlallere engel olmak için vardır. Özdenetim bir yandan işini yapan gazetecinin kendi kişisel ahlakına bağlı olarak kendisini kontrol etmesini diğer yandan ise medyanın kendi oluşturduğu kurullar tarafından kontrol edilmesi anlamına gelmektedir. Özgen'in (2006: 77-78) aktardığına göre özdenetim mekanizmasının sağladığı yararlar şu şekilde sıralanabilir:

- a) Mesleki ayrıcalıkların kötüye kullanılması önlenirken, diğer yandan mesleğin saygınlığı korunmaktadır.
- b) Hükümet tarafından basına yapılabilecek müdahalelerin nedeni ortadan kalkmaktadır.
- c) Hükümetlerin aldığı zorlayıcı tedbirlerin etkili olmadığı ahlak ve sağduyu kurallarının dışına çıkıldığında, oluşturulan bu iç denetim mevcut yasanın boşluklarını doldurabilir.

Özdenetim mekanizması basının kendine yönelttiği özeleştirinin ürünüdür aynı zamanda. Demokratik rejimlerde kamuoyunun ifade gücü olan basın kendi içinde yaşadığı sıkıntıları etik yozlaşmaları uymaları gereken ilkelere oluşturup bu ilkeler uyulmasının denetlenmesini yapmanın ürünüdür.

Gönüllü Kuruluşlar

Gönüllü kuruluşlar, kanunî bir yaptırım ve zorlama olmadan, basın mensupları ve gazetecilerin bir araya gelerek kendi aralarında kurdukları ve bu kuruluşu oluşturan kişilerin verdiği yetkileri kullanabilen özdenetim kuruluşlarıdır (Özgen, 2006: 86). Basın şeref divanları ve basın konseyleri bu tip kuruluşlardır.

İlk kez 1916 yılında İsveç'te uygulanmaya başlayan bu sistemin en başarılı ilk örneğini, 1953'te kurulan İngiliz Basın Konseyi vermiştir (Özgen, 2006: 82). 1956'da Federal Almanya'da, 1961'de Avusturya'da, 1962'de İsrail'de 1964'de Güney Kore'de, 1965'de Hindistan'da, 1968'de Gana'da ve 1986'da Türkiye'de basın konseyleri kurulmuştur (Erkelli Kızıl, 1998: 82).

Gönüllü kuruluşlar, sadece basın mensuplarınca kurulan veya aralarında basın dışı kuruluşların da göndereceği kişilerin bulunabileceği kuruluşlar olarak ikiye ayrılmaktadır. Ayrıca bu kuruluşlar, yetki yönünden belirli bir basın yasasını ihlal edenlere gerekli disiplin tedbirlerini uygulamakla yetinen basın şeref divanları veya bu yetkiyle birlikte basının diğer meseleleriyle meşgul olan, basın mensuplarını gerektiğinde himaye eden, iktidarlara karşı basının bütününe temsil ederek basın hürriyetinin gerçekleşmesini sağlayan, mahkemeler için bilirkişi olarak görev yapabilen basın konseyleri şeklinde de olabilir.

Bu tip kuruluşların başlıca yararı, basın üzerinde yukarıdan yüklenen ve vesayet iddiasında bulunan kuruluşlar niteliğinde olmadıkları için yetkilerinin kolaylıkla kabul olmasına karşın; bu tür kuruluşların etkinlikleri, yaptırımlarının etkileri fazla olmayabilir (Erkelli Kızıl, 1998: 83). Etkin bir kamuoyunun bulunmadığı ve özellikle ekonomik olarak geri kalmış ülkelerde, gönüllü kuruluşların etkinlikleri fazla olamamaktadır. Ayrıca, kuruluşun belli grupların elinde kalma ve basının tümünü kapsamaması tehlikesi de vardır.

Gönüllü kuruluşların yararları yanında doğalarından kaynaklanan yaptırım açısından uygulama açısından yetersizlikleri bulunmaktadır. Gönüllü kuruluşlar yalnızca teşhir, kınama gibi toplumsal müeyyideleri ancak yaptırım olarak uygulayabilmektedir. Bu yaptırımlar da yasalar çerçevesinde saptanmış yaptırımlar olmadıkları için mesleki disiplinin sağlanması güçleşmektedir. Her ne kadar gönüllü kuruluşlar yaptırım açısından etkin olmamakla birlikte demokratik sistemin işleyişi bakımından daha tercih edilen kuruluşlardır.

Gönüllü kuruluşların başarılı olabilmelerinin en önemli şartı, basın tarafından kabul edilmiş olması, saygınlık kazanabilmesi ve kamuoyunun desteğini alabilmesidir.

Zorunlu Kuruluşlar

Gönüllü kuruluşların başarılı olamadığı koşullarda ise kanunla kurulan kuruluşlar gündeme gelir. Kanunla kurulan ve kanunun kendisine verdiği yaptırımları uygulayan özdenetim kuruluşları, esas itibarıyla kamu tüzel kişiliğine haiz barolar, tabip odaları, mühendis odaları gibi meslek kuruluşlarının bir benzeridir. Anayasada yeri belirlenmiş ve kanunlarla belirli prosedüre ve seçim yöntemlerine göre kurulan bu kuruluşlar, denetimleri bakımından da yargıya bağlıdır.

Bu kuruluşlara örnek olarak Faşist İtalya ve Nazi Almanya'sındaki basın odaları gösterilebilir. Buralarda kanunla kurulan özdenetim kuruluşları kanalıyla, basın hürriyeti ve basın mesleğine serbest giriş tamamen ortadan kaldırılmıştır.

Kanunla kurulan kuruluşların yaptırım güçleri ve etkinlikleri çok daha fazladır. Bu kuruluşlara üye olanlar, alınan kararlara uymak zorundadır. Özellikle, basın ahlak kurallarının pek ciddiye alınmadığı, basın özgürlüğünün çok fazla istismar edildiği ve basın mensuplarının bunu önleme yolunda bir girişimde bulunmadıkları ülkelerde, bu kuruluşların etkili olabileme şansı daha fazladır. Fakat basın, diğer mesleklere benzemediği ve demokratik sistem içindeki kamu görevini gereği şekilde yerine getirebilmesi için siyasî iktidarların baskısından uzak kalması gerektiğinden, kanuna dayanarak kurulan kuruluşların çeşitli sakıncaları da bulunmaktadır. Bu sakıncalar şu şekilde ifade edilmektedir (MEGEP, 2008: 20):

1. Bu tip kuruluşlar basın üzerinde bir tür vesayet kurma niteliği gösterebilir. Her şeyden bağımsız çalışması gereken basın, vesayet altına sokulursa, bizzat basın bu kuruluşlara karşı çıkar ve kamuoyu huzurunda itibarını kırmak için elinden geleni yapar.
2. Barolar ve tabip odalarıyla olan karşılaştırmanın pek geçerli olmadığı görülmektedir. Kanuna dayanan bir kuruluşun hükümetin diğer bir organı olduğu iddia edilebilir. Avukatlar ve diğer meslek sahipleri için belirli bir yetişme yolu vardır. Basın mesleğinde ise belirli bir yetişme yolunu zorunlu kılmak tehlikeler doğurur. Bu durumda, gazetecilik mesleğinin belli bir formasyon (biçimlenme) aşamasından geçene tahsis edilmesi zorunlu olur. Bu ise basın özgürlüğü ile bağdaşmaz. Diğer mesleklerden basın mesleğine geçilebilmesini önler ve bu da doğrudan basının aleyhine olur.
3. Avukatlık, doktorluk gibi meslekleri yapmakla, gazetecilik yapmak; yani fikir ve düşünceleri yayımlamak hakları arasında anayasal yönden çok büyük farklar bulunmaktadır. Söz konusu meslekleri birbiriyle kıyaslayarak kanunla kurulan basın kuruluşlarını savunmak zorlaşır.

Ombudsman

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 (Arvas 2011: 87). Bu bağlamda basında rastlanan özdenetim uygulamalarından birisi de ombudsmanlıktır. Ombudsman, 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.

Ombudsmanlık uygulaması, basın organının okuyucuları nezdinde özeleştirici yapmasına imkan tanıırken diğer bir taraftan da kurum içerisinde bir özeleştirici yapılmasını sağlamaktadır. Basında ombudsman uygulaması Türkçeye "okur temsilcisi" kavramı olarak yerleşmiş olmakla birlikte halen her iki kavram da birbirinin yerine kullanılmaktadır (Özgen 2003: 232).

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. Atabek (2006)' e göre bir ombudsmanı olan ilk basın organı Amerika Birleşik Devletleri Kentucky eyaletinde basılan *Louisville Courier-Journal* (1967)'dir. Girgin (2008) ise Japon gazetesi Asahi Shimbun'un okuyucu şikayetlerini dinlemek ve incelemek üzere bir komite kurarak (1922) okur temsilciliğinin dünyada ilk örneğini oluşturduğunu belirtir.

Basın alanında ombudsmanlık uygulaması dünyada iki farklı biçimde görülmektedir. Birincisi, İsveç'te uygulanan biçimiyle ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikayetlerini yönelttikleri kişidir ve hükümetle hiçbir bağı yoktur. Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulandığı biçimiyle ombudsmanlıkta ise her basın organı eğer istiyorsa, kendi yayın kuruluşunun ombudsmanını kendisi belirler. Bu modelde ombudsman, kurum içi yazılı eleştiriler yayımlayarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını hatırlatırken diğer yandan gazetede çıkan haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikayetlerini değerlendirir. Türkiye'de de uygulanan Amerikan modelidir (Özgen, 2003: 27 – 34).

Medya alanında ombudsman uygulaması genel olarak değerlendirildiğinde üç başlık altında toplanabilecek amaç ve işleve sahiptir. Buna göre (Özgen, 2006: 233):

- 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.

Gazetelerin ombudsmanlardan neler bekledikleri ise genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Atabek 2005: 77):

- 1- Haberlerin doğru ve dengeli verilir verilmmediğini 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 çözümlenerek gazete hakkında yüklü tazminat davaları açılmasının önüne geçmek.

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.

Bir Özdenetim Mekanizması Medya Etik Konseyi

1990'ların başında özel televizyon yayıncılığının başlamasıyla birlikte yazılı basın yanında özel radyo ve televizyonlarda ortaya çıkmış ve sayısı her geçen gün artmıştır. Bu da ticarileşmeyi doğurmuştur. Böylece tecimsel medya ortaya çıkmıştır. Basından medyaya geçiş ve ticarileşme, yeni etik sorunları gündeme getirmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde yazılı basının hakim olduğu dönemde kurulmuş olan Basın Konseyi özdenetim konusunda yetersiz kalmış ve eleştirilmiştir. Basın Konseyi'ni yetersiz kaldığı bu dönemde Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'de etik ilkeler konusunda çalışmalar yürüterek hem üyelerinin mesleki denetimini sağlamak hem de mesleğin niteliğini artırmak amaçlı olarak 1998 yılında Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ni yayınlamıştır.

2000'li yıllarda değişen siyasal konjonktürün etkisi, siyasal ve medyadaki kutuplaşma Basın Konseyi'nin kararlarını daha tartışmalı hale getirirken siyasal iktidara destek veren medyanın temsilcileri bir araya gelerek Medya Etik Konseyi'ni kurmuşlardır. Konsey'in kurucuları Ahmet Taşgetiren, Mehmet Şeyho, Behçet Fakihoğlu, Abdullah Aymaz, S. Sami Özey, Hüseyin Gökçe, Mustafa Çalışan, Halit Esendir, Sedat Yılmaz, Fatih Öncü, Ali Serkan Kavaklı ve Servet Engin'dir. Kuruluşuna Gazeteciler ve Yazarlar Vakfı, *Hilal TV, Kanal 24, Samanyolu TV, Bugün, Zaman ve Star* gazeteleri desteklerini vermişlerdir. *Yeni Şafak* ve Kanal 7'nin derneğin kuruluşuna destek vermemesi de dikkate değer bir durumdur.

Konseyin kuruluşu için 30 Kasım 2007'de başvuru yapılmış, 18 Aralık 2007'de başvuru onaylanmış ve böylece dernek statüsünde Medya Etik Konseyi Türk medyasında bir gönüllü özdenetim kuruluşu olarak ortaya çıkmıştır (Halit Esendir'le görüşme: 2011).

Konsey'in yönetim kurulu başkanı Esendir kuruluş gerekçesini şöyle ifade etmiştir (Esendir'le görüşme: 2011):

...Hem Basın Konseyi'nin yaptığı özdenetim çalışmalarına destek vermek, hem yapısı değişen medyanın içine düştüğü açmazların aşılabilmesi hem de medya dünyasının kendi içinde kabullendiği ve belirlediği gazeteciliğin olmazsa olmaz kabul ettikleri meslek ilkeleri bağlamında medyanın ve gazeteciliğin itibar kaybetmesine engel olmak niyetiyle Medya Etik Konseyi'ni kurduk.

Halit Esendir'in kurucu yönetim kurulu başkanı olarak konseyin kuruluşunu yukarıda belirtilen gerekçelerle açıklarken Atilla Girgin Konsey'in kuruluşunu şöyle değerlendirmektedir (Atilla Girgin ile görüşme, 10 Mayıs 2013):

Bu tür kuruluşlar isteğe bağlı kuruluşlardır. Ve bu kuruluşlar her türlü baskı, etki ve yetkiden uzak kendi başına karar verebilen örgütler olmalıdır. Medya Etik Konseyi'nin kuruluş süreci ve ortaya çıkış koşulları diyalektiği hatırlatmaktadır. Türk siyasi tarihine bakıldığında bu diyalektiği hep görürüz. İttihat ve Terakki'nin karşısında Hürriyet ve İtilaf, CHP'nin karşısında DP, TÜSİAD'a karşı MÜSİAD. Mevcut Basın Konseyi'ne karşı da Medya Etik Konseyi.

Konsey tarafından kamuoyuna yapılan açıklamada ise Konsey'in kuruluş gerekçeleri şöyle sıralanmıştır (Medya Etik Konseyi Web Sitesi):

- a) Ulusal TV sayısının gazete sayısından fazla hale gelmesi ve gazete okuyucusunu olumsuz yönde etkilemesi.
- b) Değişik bir çok ekonomik sebepten dolayı artan rekabet.
- c) Meslek ilkelerinin tiraj ve reyting uğruna hiçe sayılması.
- d) Müstehcenlik sınırlarını dahi zorlayan magazin program ve gazete ekleri.
- e) Basın Konseyi'nin yaptığı özdenetim çalışmalarına destek.
- f) Gazete ve TV'lerin özdenetimini sadece şikayetlere bağlı kalmaksızın başta etik açıdan olmak üzere her yönüyle özdenetim yapmak

Dernek tüzüğü'nün ikinci maddesinde ortaya konan Konseyin amacı şöyledir (Medya Etik Konseyi Derneği Tüzüğü: 2007):

Demokrasinin en temel kurumu olan, bütün öteki özgürlüklere kaynaklık eden düşünceyi ifade ve basın özgürlüğü'nün Türkiye'de tam olarak gerçekleşmesi, yazı yazma ve haber alma hakkının basın meslek ve ahlâk ilkelerine uyulmak şartıyla meslekî özdenetim dışında hiçbir siyasî baskı ve sınırlama olmaksızın kullanılabilmesi, yazar ve gazetecilerin mesleki hak ve çıkarlarının korunup geliştirilmesi, Basın Konseyi ve Medya Etik Konseyi gibi özdenetim kuruluşları vasıtasıyla mesleğin kamuoyu nezdinde maddî ve manevî itibarının güçlendirilmesi için çalışmak; üyelerinin millî, manevî ve ahlâkî değerlere bağlılık, meslekî ve kültürel gelişmesine, ekonomik ve sosyal refah düzeyinin yükseltilmesine katkıda bulunmak.

Konsey etik anlayışı yerleştirmek amacıyla 22 maddelik "Gazetecilik Meslek Etik Kuralları" dizisini belirlemiş ve benimsemiştir. Ayrıca Konseyin yayınladığı radyo televizyon yayıncılığı alanında var olan etik ilkeler açığını kapatmak amaçlı olarak 12 maddelik "TV Yayın İlkeleri" vardır. Bunun dışında Konsey okur ve izleyicilerin haklarını güvence altına almak amacıyla bir buçuk yıllık bir çalışma sonucunda 17 maddeden oluşan bir bildirge hazırlamış ve bildirgeyi "Okur ve İzleyici Hakları Bildirgesi" başlığı altında 6 Temmuz 2009 tarihindeki toplantısında kabul ederek kamuoyuna duyurmuştur. Hem "TV Yayın İlkeleri" hem de "Okur ve İzleyici Hakları Bildirgesi" Türk medyası için bir ilktir. Ayrıca Konsey her iki yılda bir "Medya Etik Ödülleri" adı altında ödüller vermektedir. En son olarak bu ödüllerin üçüncüsü verilmiştir.

AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın konusu olarak Medya Etik Konseyi derneğinin seçilmesinin nedeni yakın geçmişte (2007) kurulan bir yapı olması dolayısıyla akademik çevrelerce üzerinde yeterli çalışma yapılmamış olmasıdır. Yapılan bu çalışma bu anlamdaki açığı kapatabilecek ve olası akademik çalışmalara kaynak oluşturabilecek nitelik taşımaktadır. Ayrıca medya Etik Konseyi öncülü Basın Konseyi'nden farklı olarak sadece basını değil medyayı hedef almaktadır. Yalnızca yazılı basına ilişkin etik ilke ve kurallar getirmemekte ayrıca ilk kez bir özdenetim kuruluşu olarak TV Yayın İlkeleri de belirlemiştir. Bir diğer katkısı da okur ve

izleyici haklarını bir ilkeler dizisi haline getirmesidir. Tüm bunlar çalışmanın gerekliliğini ve önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Çalışmanın amacı sadece yazılı basın alanında değil aynı zamanda medyalaşmış sektörde ihtiyaç duyulan etik ilkelerin geliştirilmesi amacıyla ortaya çıkmış özdenetim uygulaması olarak Medya Etik Konseyini inceleyerek amacını, yapısını, işleyiş mekanizmasını ve işlevlerini inceleyerek amacını gerçekleştirip gerçekleştirmediğini ortaya koymaktır.

Eğer formüle edilecek olursa çalışmanın savı şudur: “Medya Etik Konseyi adını taşımakla birlikte Konsey, Türk medyasında yeterince yaygınlaşmamış ve etkinliğe sahip olamamıştır.” Savın geçerliliğini ortaya koyabilmek adına başta dernek statüsünde kurulmuş olan Medya Etik Konseyi’nin başta tüzüğü olmak üzere yapısı, işleyişi, yürüttüğü faaliyetler, web sayfası ve yayın organı *İkeli Medya* incelenmiş, ayrıca Konsey’in başkanı Halit Esendir’le de konseyin kuruluş öyküsü, amaçları, yapısı ve işleyişi üzerine bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca yaygınlığının tespiti için kurucu üye sayısının toplamı, Türk medyası içindeki medya gruplarına göre dağılımına, geçici yönetim kurulu ve seçilmiş yönetim kurulu üyelerinin Türk medyası içindeki medya gruplarına göre dağılımı, toplam bireysel ve kurumsal üye sayısı gibi nicel verilere de başvurulmuştur.

Bunlara ilaveten Basın Konseyi ve Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Genel Sekreterleri ile *Sabah* Gazetesi Okur Temsilcisi Yavuz Baydar ve *Hürriyet* Gazetesi Okur Temsilcisi Faruk Bildirici’nin yazılı görüşlerine başvurulmuştur. Ayrıca uzman görüşü için basın etiki konusunda çalışmaları bulunan Özgen ve Girgin’in konsey hakkındaki görüşleri alınmıştır.

Yapılan çalışma nitel bir çalışma olup görüşme tekniği, incelemeye dayalıdır.

BULGULAR

Medya Etik Konseyi dernek statüsünde kurulmuş bir yapıdır. Dernek tüzüğüne göre tüzük 39 madde ve 1 geçici maddeden oluşmaktadır. Ancak tüzük incelendiğinde 38 madde ve 1 geçici maddeden oluştuğu dikkati çekmiştir. Tüzüğün içeriği Tablo 1’deki gibidir (16). Medya Etik Konseyi Derneğinin amacını gerçekleştirmek için yürüteceği faaliyetler ise dernek tüzüğüne göre Tablo 2’deki gibidir (17).

Medya Etik Konseyi derneğinin bugüne kadar yürüttüğü faaliyetlere bakıldığında yukarıdaki tabloda görülen faaliyetlerden şunları gerçekleştirebildiğini söyleyebiliriz:

- Tüm medya kuruluşlarını özdenetimi tabi tutmak üzere Medya Etik Konseyi Yüksek Kurulu oluşturulmuştur.
- Mesleğin gelişimi için başarılı yazar ve gazetecileri ödüllendirmek faaliyetini “Medya Etik Ödülleri” vererek gerçekleştirmektedir.
- “Derneğin amacı doğrultusunda gerekli yayınları yapmak, yayın birimleri oluşturmak, gazeteci ve yazarlık mesleğinin saygınlığını ve itibarını yükseltmek” içinse *İkeli Medya* dergisini yayınlamaktadır.

Medya Etik Konseyi Derneğinin yapılanması incelendiğinde merkez ve yerel yapılanma

esasları görülür. Dernek merkez yapılanmasında Genel Kurul, Genel Yönetim Kurulu, Denetim Kurulu ve Onur Kurulu ile Medya Etik Konseyi Yüksek Kurulu bulunmaktadır. Gerekli görülen yerlerde yerel yapılanma olarak şube ve temsilcilik açılması sözkonusu olabilecektir. Şubelerdeki yapılanma merkez yapılanmaya paralellik göstermekte olup farklı olarak yerel yapılanmakta Medya Etik Konseyi Yüksek Kuruluna benzer bir yerel organın olmadığı görülür. Medya Etik Konseyi derneğinin henüz açılmış bir şubesi veya temsilcisi bulunmamaktadır.

Yapılan inceleme sonucunda diğer ulaşılan bulgular ise şöyledir:

- Medya Etik Konseyi'ni halefi Basın Konseyi'nden farklı olarak aday üyelik statüsü getirmekte ve iletişim fakülteleri öğrencileri ile iletişim meslek liseleri öğrencileri öğrenim süreleri boyunca aday üye olabilmektedir. Bu yeni bir uygulama olup potansiyel meslek profesyonellerinin meslek örgütlerine erken dahil olmalarına imkan verebilir ve mesleki örgütlenmeyi yaygınlaştırabilir.
- Dernek tüzüğü'nün 5. maddesinde belirtilen üyelik koşullarından beşincisi derneğin amacı ile "Gazetecilik Meslek Etik İlkeleri"ne aykırı uğraşlar içinde bulunmamak olarak belirtilmiştir. Buradan şunu anlıyoruz ki "Gazetecilik Meslek Etik İlkeleri"ne ya da Konsey'in amacına uygun uğraşlarda bulunmayanlar Konsey'e üye olamayacaklardır.
- Derneğin amacında yer alan "millî, manevî ve ahlâkî değerlere bağlılık" ifadesi muğlak bir ifade olup bir özdenetim kuruluşunun amacında yer almaması gereken bir ifadedir.
- Tüzüğe göre üye olma koşullarından "Meslek onuruyla bağdaşmayan kötü ün sahibi olmamak" muğlak bir ifadedir. "Kötü ün sahibi" ifadesi zamana, yere, kişiye ve geçerli değer yargılarına göre değişebilir.
- Tüm medya kuruluşlarını özdenetime tabi tutan bir meslek organı olarak dernek bu özdenetim görevini "Medya Etik Konseyi Yüksek Kurulu" aracılığıyla yapar. Ayrıca bir denetim kurulu ve onur kurulu da mevcuttur.
- Medya Etik Konseyi etik ihlallerle ilgili başvuruları değerlendirmeye almayıp başvuruları mecraya göre yaptırım gücüne sahip yani yasal nitelikte kuruluşlar olan Basın İlan Kurumu ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na yönlendirmekte, bunun içinde ilgili kuruma yapılacak başvuruya göre dilekçe örneklerini Konsey'in web sayfasında yayınlamaktadır. Konsey'in böyle bir yöntemi tercih etmesinin gerekçesini Konsey başkanı Esendir şöyle açıklamıştır: "Sadece ceza veren bir kurum olmak istemiyoruz. Ayrıca yaptırım gücümüz vicdani olduğu için zamanla etkinliğimizi kaybetme riski var. Onun yerine meslek ilkelerini özendirici ve yaygınlaştırıcı faaliyetler yürütmeyi doğru buluyoruz" (Halit Esendir'le Görüşme: 2011). Her ne kadar Konsey etik ihlalleri/şikayetleri değerlendirmemeyi tercih etmemekte ise de basın konseylerinin temel görevleri¹ arasında etik ihlallerle ilgili şikayetleri kabul etmek ve şikayetleri her açıdan değerlendirmek de sayılmaktadır. Dolayısıyla Medya Etik Konseyi daha temel görevlerinden birini yerine getirmekten uzaktır. Ayrıca dernek tüzüğü'nün üçüncü maddesinin d fıkrasında "medyanın itibarını zedeleyen ve mesleğe zarar verenleri uyarmak, kamuoyuna deklare etmek, basın ahlakına uyulmasını sağlamak" ve üçüncü maddenin ı fıkrasında "Medya kuruluşları, gazeteci ve yazarların yayınları hakkında

gelen şikayetleri karara bağlamak için Medya içi Özdenetim amacıyla MEDYA ETİK KONSEYİ oluşturmak” derneğin faaliyetleri arasında sayılmaktadır. Bu da uygulama ile tüzük arasında bir uyumsuzluk olduğunu bize gösterir.

- Medya Etik Konseyi kurulduğu dönemin artık bir medya dönemi olması dolayısıyla radyo televizyon yayıncılığı alanında var olan etik ilkeler açığını kapatmak amaçlı olarak 12 maddelik “TV Yayın İlkeleri”ni belirlemiştir. Medya Etik Konseyi tarafından yayınlanan “TV Yayın İlkelerine” kadar bu televizyon yayıncılığında uyulması gereken ilkeler kanun yoluyla belirlenmiştir. İlk kez bir özdenetim kuruluşu televizyon yayın ilkeleri oluşturmuştur. Ancak bu ilkelerin bilinirliği ve etkisi şüphelidir. Bu ilkelere göre bir denetim yapmaması ve etik ihlalleri değerlendirmemesi de ilkelerin bilinirliğini ve etkisini azaltmaktadır. Radyo ve televizyonların kuruluş ve yayın ilkelerini belirleyen 15.02.2011 tarihli 6112 sayılı “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Hizmetleri Hakkındaki Kanun”un üçüncü bölümünü oluşturan “Yayın Hizmeti İlkeleri” başlıklı 8. madde ile Televizyon Yayın İlkeleri ile karşılaştırıldığında bazı ilkelerin örtüştüğü görülmektedir. Ancak bu yayın ilkelerinin 1994 yılından beri bir şekilde mevcut olduğu düşünülürse bu ilkelerin belirlenmesinde Konsey’in bir etkisinden pek de söz edilemez. İlkelerden sekizincisi “Kadınların sorunlarına duyarlı olmak ve kadınları nesneleştirmekten kaçınmak” kadınlar lehine pozitif bir ilke olarak söylenebilir. Ancak “Kadın Hakları Sözleşmesi”ne ilke de vurgu yapılması daha doğru bir yaklaşım olabilirdi. Çocukların korunmasına yönelik dokuzuncu ilke için de aynı şey söylenebilir.
- Son on yılda internet önemli bir gazetecilik mecrası olarak ortaya çıkmakla birlikte Medya Etik Konseyi bu mecraya yönelik bir ilkeler dizisi belirleme tutumunu göstermemiştir.
- Günümüzde medyanın etkisine karşı okur ve izleyicilerin kendilerini koruyabilmek için haklarını bilmeleri son derece önemlidir. Medya Etik Konseyi’nin bu bağlamdaki çalışması “Okur ve İzleyici Hakları Bildirgesi”nin pozitif bir yaklaşım olduğu değerlendirilmesinde bulunulabilir. Ancak kamuoyunca yeterli bilinirliği şüphelidir.
- Medya Etik Konseyi tarafından belirlenen 22 maddelik “Gazetecilik Meslek Etik İlkeleri”ni incelediğimizde dikkati çeken ifadeler ve vurgular vardır. İlkelerden ilki gazeteciliği bir kamu görevi olarak tanımlamış bu görüşü destekleyici bir şekilde ikinci ilke “gazetecinin halka ve kamuoyuna karşı mesleki sorumluluğunun işverenine ve kamu otoritelerine karşı sorumluluğundan önce geldiği” vurgulanmıştır. On sekizinci ilkeyle meslektaşların rekabet nedeniyle dahi olsa birbirlerine zarar vermektan kaçınmasına vurgu yapılmıştır. En dikkate değer ilke ise yirmi ikinci ilkedir. İlkenin içeriği şöyledir: “Toplumun genel ahlak ve özellikle 18 yaş öncesi çocuk ve gençliğin ruhsal gelişimine aykırı şiddet içerikli yayınlar ile Müstehcen ve pornografik yayınlar yapan dergi, gazete, TV ve basın kurumları ve buralarda çalışan yazar ve gazeteciler medya mensubu olarak kabul edilemez.” Bu ilkeden şunu anlıyoruz ki ilke söz edilen organlarda çalışanlar basın kartı sahibi olsalar dahi Medya Etik Konseyi’nce medya mensubu olarak kabul edilmeyeceklerdir.

Araştırma savının geçerliliğini ölçmek için görüşlerine başvurduğumuz kurumlar Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Basın Konseyi görüş bildirmekten kaçınmıştır. Sabah gazetesi okur temsilcisi Yavuz Baydar konuyla ilgili hiç görüş bildirmemiştir.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Genel Sekreteri Sibel Güneş görüş bildirmekten kaçınmalarının gerekçesini şöyle ifade etmiştir: “Biz Türkiye’de 3 bin 500 gazetecinin üye olduğu bir meslek örgütüyüz. Sorumluluğumuz yalnızca kendi meslek örgütümüzle ilgili. Sözünü ettiğiniz derneğin değerlendirilmesini yapmak üyesi olan gazetecilere düşer. Biz prensip olarak başka bir meslek örgütüyle ilgili olarak değerlendirme yapmıyoruz” (TGC Genel Sekreterliği ile yazışma, 14 Mayıs 2013).

Basın Konseyi Genel Sekreteri Kaan Kırıcıoğlu ise sadece görüş bildirmeyeceğini beyan etmekle yetinmiştir.

Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi Faruk Bildirici Medya Etik Konseyi hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını belirterek Konsey hakkındaki izlenimini şöyle ifade etmiştir (Faruk Bildirici ile yazışma, 7 Mayıs 2013):

...Sadece medyayı bütünüyle kapsayıcı, etkileyici, söz sahibi bir kuruluş olmadığı izlenimi edindim. Böylesine iddialı bir isimle kuruluş yapısı arasında bir bağ da göremedim; belli çizgideki insanların kurduğu, dolayısıyla bağlayıcılığı da sadece o çizgideki gazeteler ve gazetecilerle sınırlı olabilecek bir dernek...

Basın Etik’i alanında çalışmalarıyla bilinen görüşlerine başvurduğumuz Özgen’in, Konsey’in yeterliğe yaygınlığa kavuşup işlevini yerine getirebilmekte midir sorusuna cevabı şöyledir (Murat Özgen ile görüşme, 8 Mayıs 2013):

Medya Etik Konseyi’nin yeterli yaygınlığa kavuşması dışarıdan bakıldığında ve ilk etapta elbette istenen bir durumdur. Ancak mesleki örgütlenmelerin –önceden de belirttiğim gibi- çok başlılık arz etmesi bu işlevi olumlu mu yoksa olumsuz mu etkiler bunu okura bırakmak isterim. Şahsi kanaatim bu tür örgütlenmeler yaygınlık kazansa da ya da kazanıyor görünseler de sonuçta varacakları nokta işsizlik olacaktır. Bu kuruluşların işlev kazanabilmeleri, üye sayılarının artışı, kabul edilebilirlik düzeylerinin makul düzeyde olmasının yanı sıra meslek mensuplarının haklarını korumaları ile mümkün hale gelebilmektedir. Bu da geçerli ve yaygın otoriteye gerektiğinde muhalefet edebilen, meslektaşlar arasında ayırım gözetmeyen, her tür görüşü bünyesinde barındıran, geniş ölçüde kabul gören bir yapıyı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda Medya Etik Konseyi’nin yaygınlık kazanmasını değerlendirmek yarar sağlar ve bu durumda yaygınlık kazanmaktan çok etkin ve kapsayıcı olmak çok daha hayati bir meseledir.

Medya Etik Konseyi’nin görevini yerine getirip getirememesi hususunu ölçümlemek ya da bu konuda söz söylemek şu an için zor en azından nesnel olmayabilir çünkü elimizde ölçümleme yapacak bir kıtas ya da bir ölçüm aleti yok. Önceden de belirttiğimiz gibi bu tür kuruluşların başarısı ancak varlıklarını sürdürebildikleri zaman süreci ile meslektaşlar arasındaki kabul edilmişlikleri ile anlaşılır ya da paraleldir. Örneğin 1960’da kurulan Basın Şeref Divanı buna örnektir. Başarısız olmuş ve çeşitli zorlamalara rağmen varlığını sürdürememiştir. Basın Şeref Divanı o tarihte yüksek ideallerle kurulmuş ve varlığı sürdürülmeye çalışılmıştır. Sonraları Divan’ın bir ‘ceza’ verme mekanizması gibi çalışmaya başlaması, meslektaşların sadece hatalarını

cezalandırması ve onların özlük hakları ya da sosyal hakları ile ilgilenilmemesi başarısızlığı da beraberinde getirmişti. Belirttiğimiz gibi isteğe bağlı meslek örgütleri ancak geniş bir tabana yayıldıkları takdirde ve meslek mensuplarınca geniş ölçüde kabul edildikleri sürece başarılı olurlar ve varlıklarını sürdürebilirler...

Özgen'le aynı soruyu yönelttiğimiz Girgin de daha kuruluşunda tartışmalı olan bir kuruluşun yaygınlaşıp etkin olabilmesinin mümkün olamayacağını belirtmiştir (Atilla Girgin ile görüşme, 10 Mayıs 2013).

Medya Etik Konseyi'nin kurucu üyelerine baktığımız zaman kurucu üyelerin belirli bir medya kesiminden oldukları ve medya içinde de dar bir medyayı temsil ettikleri (*STV, Zaman, Aksiyon, Türkiye, Bugün Gazetesi*). Bu anlamda tüm medyayı ve ya da medyanın çoğunluğunu kapsayıcı bir kurucu üyelerden söz edilemez. Medya Etik Konseyi Derneği kurulurken de yukarıda belirttiğimiz Türk medyası içinde sınırlı sayıda medyanın desteğini almıştır. Temsil ettikleri medya Türk medyası içinde çok düşük bir orandır. Mevcut yönetim kurulu ve yüksek kurul yapısına bakıldığında da benzer durum görülmektedir. Konsey yönetim kurulu ve yürütme kurulu üyeleri *Zaman Gazetesi, Bugün Gazetesi, Samanyolu TV, Aksiyon Dergisi* gibi belirli bir dünya görüşünü benimsemiş yayın organlarında çalışan gazetecilerden oluşmaktadır ve medyayı kapsayıcı nitelikte değildir. Türkiye'deki anaakım yaygın televizyon, gazete, radyo, dergi ve internet medyasından herhangi bir temsilci yönetim kurulunda ve ya yüksek kurulda yer almamaktadır.

Türkiye'deki en yaygın gazetecilik meslek örgütü olarak kabul edilen Türkiye Gazeteciler Cemiyeti üye sayısını yaklaşık 3500 olarak ifade etmektedir. Devlet tarafından verilen basın kartını vermekle sorumlu Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün bağlı olduğu Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç'ın 2011 yılı sonunda yaptığı resmi açıklamaya göre ise Türkiye'de basın kartı sahibi sayısı 13.144'tür. Bugün bu rakamın 14 binlerde olduğu söylenebilir. Medya Etik Konseyi'nin yayın organı *İlkeli Medya Dergisi*'nde yayınlanan derneğin bireysel üye sayısı 78 kurumsal üye sayısı ise 2 (yaygın yayın organı olarak *Bugün Gazetesi*, yerel yayın organı olarak *Yeşilyurt Gazetesi*)'dir. Resmi rakamın 14 binlerde olduğu bir sektörde Medya Etik Konseyi'nin yayınladığı *İlkeli Medya Dergisi*'nde yayınlanan üye listesine göre üye sayısı birkaç yüzü geçmeyen bir kuruluşun yaygınlığı ve medyayı temsil ettiği iddia edilemez.

TARTIŞMA VE SONUÇ

En başta şunu belirtmek gerekir ki Medya Etik Konseyi bir gönüllü kuruluştur ve gönüllü kuruluşlar için geçerli tüm olumsuz koşullar/durumlar Medya Etik Konseyi için de geçerlidir. Medya Etik Konseyi'nin bunun dışında olması da zaten doğası gereği beklenemez.

Kısa bir geçmişe sahip olan Medya Etik Konseyi'nin kuruluş amacına ulaşip ulaşmadığı, kuruluş gerekçelerini yerine getirip getiremediği bugün için tartışmalıdır. Özgen'in de ifade ettiği gibi şu an için elimizde bir ölçümleme yapacak kıtas ya da bir ölçüm aleti mevcut değil. Ancak yine de kurucu üyelerin kapsayıcılığı, yönetim kurulunun kapsayıcılığı, üye sayısı ve üye sayısının çeşitliliği ile medya etik ödülllerinin dağılımı bize bu konuda fikir vermektedir.

Yukarıda açıkça ortaya koyduğumuz veriler Medya Etik Konseyi'nin Türk medyasında yaygınlığa ulaşamadığını ve sınırlı bir yapı arz ettiğini göstermektedir. Etkinliğin önemli nicel göstergesi de yaygınlaşma olduğundan yaygınlaşmamış bir kuruluşun etkin olduğundan da söz edilemez. Etkinliğin bir diğer bir göstergesi de meslek profesyonelleri arasında kurumun kabul edilebilirliği. Ancak üye sayısının azlığı ve Faruk Bildirici'nin değerlendirmesi kabul edilmişliğinin son derece düşük olduğunu göstermektedir.

2007 yılında özdenetim konusunda Basın Konseyine destek vermek ve artık medya olmuş yapıda yeni bir etik anlayış oluşturma amacıyla kurulan Medya Etik Konseyi kamuoyunda yeterince gündem oluşturamamakla birlikte çalışmalarını sürdürmektedir. Konsey'in yeterince gündem oluşturamamasının en temel nedeni olarak kanaatimizce medya içerisinde yaygınlık kazanamaması ve "bir kesim medyanın konseyi" olarak konumlanması gösterilebilir. Bunu da görüşüne başvurduğumuz Atilla Girgin açık bir şekilde vurgulamıştır. Faruk Bildirici'nin kanaati de bu yöndedir.

Konseyin sadece basın değil televizyonun etkisini de düşünerek TV yayın ilkeleri belirlemesi bu noktada var olan eksikliğe bir çözüm bulma girişimidir. Ve bu anlamda bir katkısından söz edilebilir. Ayrıca okur ve izleyici haklarını belirleyerek etik ilkeler konusunda okur ve izleyicileri aktif tavır almaya çağırısı olumlu bir girişimdir. Ancak bugünkü medya yapısı düşünüldüğünde etik ilkeler dizisine radyo yayıncılığı ve internet yayıncılığı/gazeteciliğinde de ihtiyaç olduğu görülmektedir. Yakın bir geçmişte kurulmasına ve isminde Medya ibaresi bulunmasına rağmen Konsey'in bu yayıncılık türlerinde birtakım ilkeler dizisi getirmemesi bir eksiklik. Konsey bu konuda da çalışmalar gerçekleştirerek birtakım ilkeler dizisi gündeme getirebilir.

Özdenetim kuruluşlarının zayıf yönü olan yaptırım gücü eksikliğini dezavantaja dönüştürmemek için yaptırım gücüne sahip yasal nitelikteki kuruluşlara şikayetleri yönlendirmesi Basın Konseyi'nden ayrılan yönüdür ve üzerinde düşünüldüğünde rasyonel davranış olarak değerlendirilebilir. Bu tercihin arkasında yatan neden olarak ise Konsey'in ceza veren bir yapı olarak konumlandırılmak değil daha çok olumlu katkılar yapan bir yapı olarak konumlandırılma isteğinin olduğu söylenebilir. Ancak bulgular kısmında belirtildiği gibi dernek tüzüğünde faaliyetler arasında etik ihlallerin ve şikayetlerin Medya Etik Konseyi'nce değerlendirilmesi kabul edilmiştir. Bu durumda Medya Etik Konseyi'nin dernek tüzüğü ile çeliştiği görülür.

Konseyin etkinliğini artırması için öneri getirilecek olursa yapması gereken çalışmalar şöyle sıralanabilir;

- 1) Medyada yaygınlaşabilmek için girişimlerde bulunmalıdır. Bu girişimler olarak şunları sıralayabiliriz: i) Medya Etik Konseyi'nin belirli bir dünya görüşüne sahip medyanın temsilcisi olduğu imajının değiştirilmesi ii) Hem yaygın hem de yerel medyaya Konsey'i ve faaliyetlerini tanıtıcı faaliyetler, seminerler düzenlenmesi iii) Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Basın Konseyi gibi kuruluşlarla işbirliğinin geliştirilmesi iv) Yeni üyelerin derneğe kazandırılması v) Aday üyelik statüsünün işler hale getirilmesi.

- 2) Mesleğin iyileştirilmesine yönelik eğitimlere ağırlık vermelidir. Medya Etik Konseyi hem gazetecilere hem de potansiyel gazetecilere yönelik programlar/seminerler düzenleyebilir. Bu programlar/seminerler çalışma atölyeleri şeklinde olabilir. Zaman zaman yayınlayacağı güncel rapor ve yayınlar aracılığıyla başta üyeleri olmak üzere gazetecilerin bilgisini artırmaya çalışabilir.
- 3) Gazetecilerin sosyal ve ekonomik haklarının iyileştirilmesi için başta Türkiye Gazeteciler Cemiyeti olmak üzere diğer meslek kuruluşlarının çalışmalarına destek olabilir, yürüteceği çalışmalarında destek isteyebilir, ortak çalışmalar yürütebilir.
- 4) Mesleğin itibarını zedeleyen olaylar, kişiler, kurumlar karşısında daha aktif tavır takınmalıdır. Konsey her ne kadar dernek tüzüğünde belirtilmesine karşın etik ihlaller ve şikayetleri değerlendirmemekle birlikte mesleğin itibarını zedeleyen sansasyonel nitelikte etik ihlaller söz konusu olduğunda kamuoyuyla görüşünü paylaşmaktan kaçınmamalı, gerekli hallerde diğer özdenetim ve meslek kuruluşlarının desteğine başvurmalı ya da onlara destek vermelidir.
- 5) Bu tarz kuruluşların başarısı ve etkinliği her türlü yaygın ve geçerli iktidara karşı muhalif duruş göstermesine bağlıdır. Medya Etik Konseyi meslek itibarını, ilkelere ve temsil ettiği üyelerinin haklarını korumayı her şeyin üzerinde tutmalıdır.

SON NOTLAR

¹ Ognian Zlatev (2008) bir basın konseyinin temel görevleri olarak şunları belirtir: i) Şikayetleri kabul etmek; ii) Meslek ilkelerine göre affa kapsamında olduğu konusunu onaylamak; iii) Şikayetleri her açıdan gözden geçirmek; iv) Medya ve şikayetçi arasında bir arabuluculuk yapmak; v) Şikayete dayalı olarak kurallar ve düzenlemelerle adil şekilde karar vermek; vi) Etik ilkeleri ihlal eden medya kuruluşlarını belirlemek; vii) Alınan tüm kararların şeffaflığını ve yayınlanmasını teminat altına almak; viii) Medya eğilimlerini incelemek ve yorumlamak ve meslek ilkelerinin gereklerine rehberlik etmek; ix) Meslek ilkelerinde değişiklik önerisinde bulunmak; (eğer görevleri arasında bu varsa) x) Gazetecilik meslek standartlarını oluşturmak; xi) Basın özgürlüğünü savunmak (46).

KAYNAKLAR

- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun Kuralı Basında Özdenetim*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Arvas, İ. S. (2011). Basında Sosyal Sorumluluk Anlayışı Bağlamında Günümüz Türkiye'sindeki Özdenetim Uygulamaları. *Erciyes İletişim Dergisi "akademia"*, Vol: 2, No: 2, 82-92.
- Atabek, N. (2005). *Okur Temsilciliği: Türk Basınında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. No.1660.
- Atabek, N. (2006). Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur Temsilcisinin Rolü. *Küresel İletişim Dergisi*, Vol: 4, No:2, 1-14.
- Girgin, A. (2008). *Gazeteciliğin Temel İlkeleri*. İstanbul: Der Yayınları.
- Erkelli Kızıl, N. (1998). *İletişim Özgürlüğü ve Medyada Oto-Kontrol*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEGEP) (2008). *Meslek Etiği*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı.

Özgen, M. (2003). Basında Bir Özdenetim Uygulaması Olarak Ombudsman. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı (Number): XVI, 27-34.

Özgen, M. (2006). *Gazetecinin Etik Kimliği, Genişletilmiş 3. baskı*. İstanbul: Set-Sytems Yayıncılık.

Zlatev, O. (2008). Basın Konseyi Bir Özdenetim Kurumuna Temel Örnek. Miklós Haraszti (Edited by), *Medya Özdenetimi Rehber Kitabı*. Viyana: Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı Medya Özgürlüğü Temsilciliği Dairesi.

Medya Etik Konseyi Derneği Tüzüğü.

Medya Etik Konseyi Web Sitesi, <http://www.medyaetikkonseyi.com>

Medya Etik Ödülleri Kitapçığı 2010.

Halit Esendir ile görüşme, 8 Aralık 2011.

Faruk Bildirici ile yazışma, 6-7 Mayıs 2013 .

Murat Özgen ile görüşme, 8 Mayıs 2013.

Atilla Girgin ile görüşme, 10 Mayıs 2013.

Tablo 1: Medya Etik Konseyi Dernek Tüzüğü'nün içeriği

Madde No	Madde başlığı/içeriği
	Derneğin adı ve merkezi
	Derneğin amacı
	Derneğin faaliyetleri
	Üyelik
	Üyelik koşulları
	Onursal üyelik
	Üyelik için başvuru
	Üyeliğin düşmesi
	Üyelik ilkeleri (Gazetecilik Meslek Etik İlkeleri)
	Derneğin Organları
	Genel Kurul
	Toplantı Yeter Sayısı
	Genel Kurul Toplantısının Açılışı ve Yönetimi
	Genel Kurulun Görev ve Yetkileri
	Genel Kurul Kararları
	Genel Yönetim Kurulu
	Genel Yönetim Kurulunun Görevleri
	Bayram Gazetesi
	Denetim Kurulu
	Onur Kurulu
	Medya Etik Konseyi ve Yüksek Kurulu
	Derneğin Gelirleri
	Defter ve Kayıtlar
	Mal Edinilmesi
	Sandık Kurma
	Borçlanma
	Şubeler
	Şube organları
	Şube Genel Kurulu
	Şube Yönetim Kurulu
	Şube Denetim Kurulu
	Şube Onur Kurulu
	Temsilcilik
	Tüzük Değişikliği ve İç Denetim
	Kurucular
	Hüküm eksikliği
	Temsilcilik Açma
	Tüzüğün yürürlüğe girmesi
Geçici madde 1	Geçici Yönetim Kurulu Listesi

Tablo 2: Medya Etik Konseyi Derneğinin yürüteceği faaliyetler

a	Mesleğin gerektirdiği hak ve özgürlüklerin korunup geliştirilmesi için yasama ve yürütme organlarıyla, resmî ve özel kurumlar ve kuruluşlar karşısında üyelerini temsil etmek.
b	Basın-yayın çalışanlarının, kitap veya köşe yazarı ve basın kartı sahibi gazetecilerinin Anayasa, yasalar ve uluslararası anlaşmalarla elde edilmiş haklarını korumak ve geliştirmek için çalışmak.
c	Mesleğin gelişimi için başarılı yazar ve gazetecileri ödüllendirmek.
d	Medyanın itibarını zedeleyen ve mesleğe zarar verenleri uyarmak, kamuoyuna deklare etmek, basın ahlâkına uyulmasını sağlamak.
e	Meslek alanında dayanışmayı güçlendirmek, üyelerin çalışma koşullarını iyileştirmek için çaba göstermek.
f	Üyelerine sosyal ve kültürel ve aynı yardımlarda bulunmak.
g	Uluslararası meslek kuruluşlarıyla iletişim kurmak, yurtiçi-yurtdışında etkinliklere katılarak buralarda üyelerini temsil etmek.
ğ	Yurtiçi ve yurtdışı gezilerinde üyelerine kolaylık sağlamak, bu amaçla ilgili kuruluşlarla iletişim kurmak.
h	Derneğin amacı doğrultusunda gerekli yayınları yapmak, yayın birimleri oluşturmak, gazeteci ve yazarlık mesleğinin saygınlığını ve itibarını yükseltmek.
ı	Medya kuruluşları, gazeteci ve yazarların yayınları hakkında gelen şikâyetleri karara bağlamak için Medya içi Özdenetim amacıyla MEDYA ETİK KONSEYİ oluşturmak. Gazeteci ve yazarların meslekî gelişmelerini sağlamak için açikoturum, panel ve benzeri toplantılar düzenlemek. Görüntülü, yazılı, işitsel ve elektronik basın-iletişim sektörüyle ilgili araştırma yapmak, anketler düzenlemek, sonuçlarını kamuoyuna duyurmak, benzer girişimleri desteklemek
i	Üyelerinin sağlık sorunlarının çözümüne çalışmak, sağlık ve dinlenme tesisleri kurmak ya da kiralamak. Üyelerinin veya çocuklarının her seviyedeki eğitim ve öğrenim faaliyetleri için burs yardımı yapmak, eğitim merkezi, yurt, lokal, pansiyon gibi tesisler kurmak, taşınmaz mallar edinmek.
j	Stajyer ve çalışan gazetecilerin yetişmelerine katkıda bulunmak ve medya etik kurallarını uygulamalı öğretme amacıyla kurs ve seminerler düzenleyerek sorunlarının çözümüne ve iş bulmalarına yardımcı olmak.
k	Meslekî uğraşlarda karşılaşılan güçlükleri ve sorunları incelemek, çözüm yolları üretmek. (basın meslek ve ahlâk ilkeleri çerçevesinde mesleğin özdenetim konusunda çalışan basın konseyi ve benzeri görevli kuruluşlarla ilişkide bulunmak.)
l	Gerekli görülen yerlerde Şube ve temsilcilik açmak, federasyon kurmak ya da aynı alanda faaliyet gösteren federasyonlara üye olmak.
m	Gerçek veya tüzel kişilerle birlikte ya da tek başına vakıf kurmak, kurulmuş olan vakıflara üye olmak.
n	Uluslararası faaliyette bulunmak, benzer amaçlı kuruluşlarla işbirliği yapmak, yurtdışında temsilcilik veya şube açmak, meslekle ilgili dernek ya da üst kuruluş kurmak, bu amaçla oluşturulmuş dernek ya da kuruluşlara katılmak.
o	MEK'nin amaç ve üyelik ilkeleriyle belirlenen tutumuna aykırı faaliyet göstermediği bilinen yurtdışındaki ve yurtdışındaki derneklerden, vakıflardan, sendikalarından, meslek kuruluşları ve kişilerle de yardımlaşmak, maddî ve aynı yardım almak, benzer nitelikteki kurum ve kuruluşlara maddî ve aynı yardımda bulunmak.
p	Sivil toplum örgütleri ve gönüllü kuruluşlar ile kamu kurum ve kuruluşlarıyla, derneğin görev alanına giren konularda ortak projeler yürütmek, proje maliyetlerinin karşılanması için bu kuruluşlarla yardımlaşmak. aynı ve nakdi yardım almak.
r	Özellikle işsiz kalmış üyelerinin gereksinim duyacakları zorunlu mal ve hizmetler ile kısa vadeli kredi isteklerini karşılamak amacıyla yardım sandığı kurmak.
s	Dernek, vakıf, sendika ve benzeri sivil toplum kuruluşlarıyla ortak amaçlar için platform oluşturmak.
ş	Amacın gerçekleştirilmesi için gerek görülmesi halinde, 5072 sayılı Dernek ve Vakıfların Kamu Kurum ve Kuruluşları ile İlişkilerine Dair Kanun hükümleri saklı kalmak üzere, kamu kurum ve kuruluşları ile görev alanlarına giren konularda ortak projeler yürütmek,
t	Dernek faaliyetleri için ihtiyaç duyulan taşınır, taşınmaz mal satın almak, satmak, kiralamak, kiraya vermek ve taşınmazlar üzerinde aynı hak tesis etmek,
u	Amacın gerçekleştirilmesi için sağlıklı bir çalışma ortamını sağlamak, her türlü teknik, elektronik, bilgisayar, araç ve gereci, demirbaş ve kırtasiye malzemelerini temin etmek,
v	Tüzük amaçlarının gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyduğu gelirleri temin etmek amacıyla iktisadi, ticari ve sanayi işletmeler kurmak ve işletmek,
y	Amacın gerçekleştirilmesi için gerekli olan her türlü bilgi, belge, doküman ve yayınları temin etmek, dokümantasyon merkezi oluşturmak, çalışmalarını duyurmak için amaçları doğrultusunda gazete, dergi, kitap gibi yayınlar ile üyelerine dağıtmak üzere çalışma ve bilgilendirme bültenleri çıkarmak,

