

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

YEREL BASIN - SİYASET İLİŞKİSİ ve HABERDE
TARAFSIZLIK: 12 HAZİRAN 2011 GENEL SEÇİMLERİ
ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Vedat ÇAKIR

HAZIRLAYAN

Mehmet Ferhat SÖNMEZ

ELAZIĞ - 2012

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

YEREL BASIN - SİYASET İLİŞKİSİ ve HABERDE TARAFSIZLIK: 12
HAZİRAN 2011 GENEL SEÇİMLERİ ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç. Dr. Vedat ÇAKIR

HAZIRLAYAN

Mehmet Ferhat SÖNMEZ

Jürimiz, tarihinde yapılan yüksek lisans tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Prof. Dr.

2.

3.

4.

F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun tarih ve sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Erdal AÇIKSES

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Yerel Basın - Siyaset İlişkisi ve Haberde Tarafsızlık: 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri Örnek Olay İncelemesi

Mehmet Ferhat SÖNMEZ

Fırat Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

Elazığ – 2012, Sayfa: IX + 88

Siyaset kurumu, tarihin her döneminde basın üzerinde egemenlik kurmaya çalışmış ve çoğu zaman başarılı olmuştur. Basın, siyasal sistemlerin gereklerine göre şekillenmiş ve her farklı siyasal sistemde değişik görevler icra etmek gayesiyle programlanmıştır.

Ulusal basın kadar yerel basın da, siyasetin temsilcileri tarafından bir şekilde kullanılmak istenmiştir. Özellikle seçim dönemlerinde yerel basın, siyasiler tarafından, topluma ulaşmak ve ikna etmek için geçilmesi gereken bir köprü olarak görülmüştür. Bununla birlikte, yerel basının, demokratik anlayışın tesis edilmesi için de gerekli olduğu unutulmaması gereken bir gerçektir.

Basında tarafsızlık ilkesi ise, basın ve siyaset ilişkilerinin tartışılmasının belki de en önemli nedenidir. Basın etiğinin en çok tartışılan ögesi olan tarafsızlık ilkesi, basın ve siyaset arasındaki etkileşimde de belirleyici olmaktadır.

Bu çalışmada, yerel basın ile siyaset arasındaki ilişki, tarafsızlık ilkesi ile harmanlanarak ele alınmakta ve tarafsızlığın mümkün olup olmadığı sorusuna yerel düzeyde bir cevap aranmaktadır.

Anahtar kelimeler: Gazetecilik, basın ve siyaset, yerel basın, basın etiği, tarafsızlık.

SUMMARY

Master Thesis

**Local Press - The Relationship Between Political Neutrality And News: 12 June
2011 General Election Case Study**

Mehmet Ferhat SÖNMEZ

The University of Fırat

The Institute Of Social Science

The Department Of Communication Sciences Main Branch

Elazığ – 2012, Page: IX + 88

Political institutions, worked in every period of history to establish sovereignty over the press and has been successful in most of the time. The press, political systems are shaped according to the requirements and the purpose of each of the different political system is programmed to perform different tasks.

The local press as the national press, politics, the representatives were asked to use. Local press, especially during election periods, by politicians, to convince the community to achieve and was seen as a bridge to cross. However, the local media is necessary for the establishment of democratic understanding, a fact that should not be forgotten.

The principle of impartiality in the press, the press and perhaps the most important reason for the discussion of political relations. The neutrality of the most controversial element of the principle of press ethics is the decisive factor in the interaction between press and politics.

In this study, the relationship between local media and politics, blended with the principle of neutrality and impartiality are considered possible answer to the question of whether at the local level is required.

Key words: Journalism, media and politics, the local press, media ethics, neutrality.

İÇİNDEKİLER

| | |
|------------------------|------|
| ÖZET | II |
| SUMMARY | III |
| İÇİNDEKİLER | IV |
| TABLolar LİSTESİ | VII |
| ÖN SÖZ | VIII |
| KISALTMALAR | IX |
| GİRİŞ | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

| | |
|---------------------------------------|----|
| 1.BASIN VE SİYASET İLİŞKİLERİ | 3 |
| 1.1. Otoriter Kuram..... | 4 |
| 1.2. Sovyet Totaliter Kuram | 7 |
| 1.3. Liberal Kuram..... | 8 |
| 1.4. Sosyal Sorumluluk Kuramı..... | 14 |
| 1.5. Gelişme Aracı Kuramı | 15 |
| 1.6. Katılımcı Demokratik Kuram | 16 |

İKİNCİ BÖLÜM

| | |
|--|----|
| 2.YEREL BASIN VE SİYASET İLİŞKİLERİ | 17 |
| 2.1. Yerel Basının Önemi | 17 |
| 2.2. Yerel Basının Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi..... | 19 |
| 2.3. Günümüzde Yerel Basın..... | 24 |
| 2.4. Yerel Basının Sorunları | 25 |
| 2.4.1. Teknolojik Yetersizlik..... | 25 |
| 2.4.2. İstihdam Sorunu ve Eğitim Eksikliği | 26 |
| 2.4.3. Etik Sorunlar | 27 |
| 2.4.3.1. Bölge Ekleri..... | 27 |
| 2.4.3.2. Haber Hırsızlığı | 27 |
| 2.4.3.3. Resmi İlan Pastası..... | 28 |
| 2.4.3.4. Asli Vazifesinden Uzaklaşma..... | 28 |
| 2.4.4. İlgisizlik ve Hoşgörüsüzlük..... | 28 |
| 2.4.5. Maddi Sıkıntılar | 29 |

| | |
|--|----|
| 2.4.6. Geleneksel Habercilik Anlayışı..... | 30 |
| 2.5. Yerel Basın ve Siyaset | 31 |
| 2.5.1. Sahiplik Yapıları ve Kurumsal Çıkarlar..... | 32 |
| 2.5.2. Kişisel Çıkarlar..... | 32 |
| 2.5.3. Ekonomik Kaygılar | 32 |
| 2.5.4. Siyasal Beklentiler | 33 |
| 2.5.5. Siyasal Baskılar | 34 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

| | |
|---|-----------|
| 3. BASIN ETİĞİ VE TARAFSIZLIK İLKESİ..... | 35 |
| 3.1. Etik ve Ahlak | 35 |
| 3.2. Basın Etiği..... | 37 |
| 3.2.1. Etik İlkelerin Gerekliliği | 39 |
| 3.2.2. Etik İlkelerin Kaynağı | 41 |
| 3.3. Tarafsızlık İlkesi | 44 |
| 3.3.1. Nesnellik ve Dengelilik..... | 45 |
| 3.3.2. Tarafsızlık İlkesine Getirilen Eleştiriler | 47 |
| 3.3.2.1. Tatminsizlik..... | 48 |
| 3.3.2.2. Okuyucu ve İzleyici Beklentileri..... | 48 |
| 3.3.2.3. Gazeteciliğin Aykırı Doğası | 48 |
| 3.3.2.4. Haberin İlgi Çekme Potansiyeli..... | 49 |
| 3.3.2.5. Bilginin Parçalanması..... | 50 |
| 3.3.2.6. Akreditelik | 50 |
| 3.3.2.7. Dil ve Söylem | 51 |
| 3.3.2.8. İdeoloji..... | 51 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

| | |
|--|-----------|
| SİYASET HABERLERİNİN ELAZIĞ YAZILI BASININDA SUNUMU ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ | 56 |
| 4.1. Yöntem..... | 58 |
| 4.2. Amaç ve Sorular | 60 |
| 4.3. Örnekleme ve Sınırlılıklar | 60 |
| 4.4. Hipotezler..... | 61 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5. Bulgular ve Analiz | 61 |
| 4.5.1. Görselliğe İlişkin Bulgular | 62 |
| 4.5.2. Haberin İçeriğine İlişkin Bulgular | 64 |
| 4.5.3. Tarafsızlığa İlişkin Bulgular | 67 |
| SONUÇ | 78 |
| ÖNERİLER..... | 80 |
| KAYNAKÇA..... | 81 |
| ÖZGEÇMİŞ | 88 |

TABLULAR LİSTESİ

| | |
|---|----|
| Tablo 1. 1865 - 1884 Yılları Arasında Yayınlanan Yerel Gazetelerden Bazıları | 21 |
| Tablo 2. Elazığ'da Yayın Yapan Gazeteler..... | 57 |
| Tablo 3. 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri İle İlgili Siyaset Haberlerinin Elazığ Yazılı Basınında Sunumu (Kodlama Cetveli) | 59 |
| Tablo 4. Gazetelere Göre Haber Dağılımları | 62 |
| Tablo 5. Gazetelere Göre Haberin Sayfası..... | 62 |
| Tablo 6. Gazetelere Göre Haberin Sunum Biçimi | 63 |
| Tablo 7. Gazetelere Göre Haberin Konumu | 64 |
| Tablo 8. Gazetelere Göre Haberin Konusu | 65 |
| Tablo 9. Gazetelere Göre Haberin Niteliği | 66 |
| Tablo 10. Gazetelere Göre Haberin Ana Karakteri..... | 66 |
| Tablo 11. Gazetelere Göre Partilerin Dağılımı | 68 |
| Tablo 12. Partilere Göre Haberin Konumu | 69 |
| Tablo 13. Partilere Göre Haberin Niteliği..... | 70 |
| Tablo 14. Partilere Göre Haberin Sayfası | 71 |
| Tablo 15. Gazetelere Göre Haberlerde Yorum | 72 |
| Tablo 16. Partilere Göre Gazetelerde Yorum | 73 |

ÖN SÖZ

Basın ve siyaset arasındaki ilişki, iletişim araştırmalarının en önemli ve en eski alanlarından birini oluşturmaktadır. Siyasetin, basını politik bir güç olarak fark etmesi, devlet ve hükümetlerin basına karşı ilgisini her zaman canlı tutmuştur.

Siyasetin bu açgözlülüğü ulusal basını olduğu kadar yerel basını da rahatsız etmiştir. Yerel ölçekteki basın yayın kuruluşları, özellikle seçim dönemlerinde, siyasetin temsilcileri tarafından etkin bir biçimde kullanılmak istenmiştir.

Tarafsızlık ilkesi ise basın etiğinin, hem yerel hem de yaygın platformda en çok tartışılan ögesidir ve basında etik tartışmaları bu noktada düğümlenmektedir.

Bu çalışmada, yerel basın ve siyaset arasındaki ilişki, tarafsızlık ilkesiyle paralel biçimde ele alınmış; tarafsızlık ilkesi konusundaki tartışmalara değinilerek bu ilkenin yerel boyutta mümkün olup olmadığına dair tespitler yapılmıştır. Yönlendirmeleri ve katkılarından dolayı saygıdeğer hocam Doç. Dr. Vedat Çakır ve Öğr. Gör. Göksel Göker'e sonsuz şükranlarımı sunarım.

Elazığ-2012

Mehmet Ferhat SÖNMEZ

KISALTMALAR

| | |
|---------------|--|
| a.g.e. | : Adı geçen eser |
| a.g.m. | : Adı geçen makale |
| AIPCE | : Avrupa Bağımsız Basın Konseyleri Birliği |
| akt. | : Aktaran |
| bkz. | : Bakınız |
| C. | : Cilt |
| Çev. | : Çeviren |
| Ed. | : Editör |
| ICFJ | : International Center for Journalists |
| S. | : Sayı |
| s. | : Sayfa |
| WAPC | : Dünya Basın Konseyleri Birliği |

GİRİŞ

Demokrasinin olmazsa olmazlarından biri özgür irade ise diğeri özgür basındır ve bilgi edinme, bilgiye ulaşma hakkı özgür iradenin dokunulmazlığı kadar kutsaldır.

Siyasal sistemler, uzunca bir süre özgür bir basın önündeki en büyük engel olarak görülmüştür. Gerek demokratik ülkelerde, gerekse anti-demokratik yönetimlerde basının ikna gücü yönetenleri büyülemiş ve bu güç toplumu yönlendirmek ve rızasını kazanmak maksadıyla kullanmıştır. Tarihsel süreçte her farklı sistem, basını değişik yollarla kontrol altına almayı hedeflemiş ve baskı, sindirme, yasal düzenlemeler gibi metotlarla kendi yörüngesine sokmak istemiştir.

Siyasetin bu ihtirası, ulusal basını olduğu kadar yerel basını da rahatsız etmiştir. Siyasetin menziline daha kolay girmek gibi elverişsiz bir durumu bulunan yerel basın, yerel siyasetin temsilcileri tarafından bir sıçrama tahtası olarak görülmüştür. Öte yandan yerel basının, demokrasinin içselleştirilmesi için önemli hatta gerekli olduğu da yadsınamaz bir gerçektir. Güçlü ve bilinçli bir yerel basın, hem çok sesliliğin güvencesi hem de yerel taleplerin ulusal platforma yansıtılmasının garantörüdür.

Bu çalışma yerel basın ve siyaset arasındaki ilişkiyi, tarafsızlık ilkesi ile harmanlayarak ele almaktadır. Bilindiği gibi tarafsızlık ilkesi basın etiğinin en çok tartışılan ögesidir. Diğer etik ilkelerin uygulanabilirliği konusunda iletişim çalışmalarının vardığı mutabakat, tarafsızlık söz konusu olunca bozulmakta ve çok ciddi fikir ayrılıkları yaşanmaktadır. Bu fikir ayrılıklarının temelinde, kavramın kendisinin esnek ve yorumlanabilir bir tarifinin olması yatmaktadır. Bahse konu ilkenin hayata geçirilmesinin mümkün olduğunu savunan görüşler olduğu gibi, aksi yönde görüş beyan eden yaklaşımlar da bulunmaktadır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde basın ve siyaset ilişkilerine dair kuramsal bilgilere yer verilmiş; siyasetin, basın üzerinde tahakküm kurma çabaları anlatılmıştır. İkinci bölümde yerel basın kavramı ele alınarak yerel basının önemi, ülkemizdeki tarihsel gelişim süreci, günümüzdeki durumu ve karşı karşıya kaldığı sorunlara değinilmiştir. Üçüncü bölümde ilk olarak basın etiği kavramı incelenmiş; etik ilkelerin gerekliliği ve kaynağı konularına yer verilmiştir. Daha sonra tarafsızlık ilkesi konu edilmiş ve bu ilke üzerinde yaşanan tartışmalara değinilmiştir. Son bölümde ise, tarafsızlığın yerel boyutta ne ölçüde mümkün olduğuna ilişkin örnek olay incelemesi yapılmıştır. 12 Haziran 2011 genel seçimleri ile ilgili siyaset haberlerinin Elazığ yazılı basınında sunumu konusyla

alakalı olarak; araştırmaya örneklem olarak seçilen gazetelerde yayınlanan siyaset haberleri incelenmiş ve bu haberlerin özümlemesi yapılmıştır. Yayınlanan siyaset haberleri; sayfası, sunum biçimi, konumu, kaynağı, niteliği, türü, ana karakteri, yönelimi ve yanlılığı değişkenleri birleştirilerek analiz edilmiştir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu analizler sonucunda elde edilen veriler daha sonra SPSS 16.0 istatistik paket programına aktararak tabloladıştırılmış ve değerlendirmesi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.BASIN VE SİYASET İLİŞKİLERİ

Tarihin her döneminde idareciler yönettikleri toplumları denetlemek, amaçlarına uygun doğrultuda yönlendirmek ve “belli bir düşünüşe sevk ederek orada tutmak” gayesiyle çok çeşitli planlamalar yapmışlardır. Din, siyaset ve ideoloji kullanılarak yapılan bu planları uygulamaya sokan en güçlü kurum ise kuşkusuz kitle iletişim araçlarıdır. Zira kitle iletişim sistemi, genel sistemin tıpkı eğitim, aile, meslek gibi alt sistemlerinden biridir ve her bir alt sistem ise, genel sistemin mikro birimidir. Dolayısıyla her genel sistem, kendi metabolizmasına uygun bir kitle iletişim sistemi oluşturmaktadır (Güngör, 2011: 281-282).

Basın ve siyaset ilişkisi tartışmalarına bakıldığında da bu genel-geçerlik göze çarpmaktadır. Öteden beri süregelen bu tartışmaların çıkış kaynağı, kitle iletişim sisteminin siyasal sistemlerden etkilendiği ve genel yapının, iletişim sisteminin pozisyonunu da belirlediği olgusudur.

Basın ve siyasal sistemler arasındaki ilişki tarihin hiçbir döneminde barışçıl bir çizgide ilerlememiş; tam aksine, ilk ortaya çıktığı günden beri basın, siyasal yapılarla mücadele içine girmiş ve çatışa gelmiştir. Bu kavganın temelinde basının süregelen zaman içinde güçlenmesi ve etki alanını giderek genişletmesi; siyasal seçkinlerin de bu muazzam gücü kontrol altında tutmak istemesi yatmaktadır. Siyasal sistemlerin basına hükmetme girişimleri sonucu basın, her siyasal yapıya uygun bir maske ile toplumsal yaşama adapte edilmiş ve farklı amaçlara hizmet ederek farklı görevler üstlenmiştir. Bu değişkenliklerin neler olduğunu ortaya koyabilmemiz için farklı yönetim sistemlerini ve bu sistemlerde basının konumunu irdelememiz yerinde olacaktır. Farklı siyasal rejimlerde basının konumuna ilişkin bilinen en geçerli çalışma Siebert, Peterson ve Schramm tarafından yazılan Four Theories of the Press isimli eserdir. Eserde siyasal sistemler dört kategoride sınıflandırılmış ve basının bu sistemlerdeki yeri incelenmiştir: Otoriter Kuram, Sovyet Totaliter Kuram, Liberal Kuram ve Sosyal Sorumluluk Kuramı. Daha sonra Mcquail tarafından bu kuramlara Gelişme Aracı kuramı ve Demokratik Katılımcı Medya Kuramı da eklenerek daha geniş ve farklı bir bakış açısı getirilmiştir (Demir, 2007: 33).

1.1. Otoriter Kuram

Otoritenin kaynağı ile ilgili en eski görüş ilahi temele dayandırılmıştır. Bu görüşe göre devlet, Tanrı'nın eseridir ve ilahi düzenin yeryüzündeki yansımasıdır. Eski Mısır, Ortaçağ Katolik Kilisesi ve Gök-Tanrı düşüncesinde vücut bulan bu sistemde yönetim, Tanrı tarafından seçilmiş kişilere verilmiş ve kralların iktidarı Tanrı iradesi görüldüğünden kutsallaştırılmıştır (Bolay, 1996: 85).

Ataerkil bir aile düzeni, otoriter bir yönetim anlayışının belki de en ilkel örneğidir. Aile reisinin gücünün mutlak ve sorgulanamaz olduğu ataerkil örgütlenmelerde yöneten-yönetilen ilişkisi esastır ve son söz daima yönetene aittir.

Otoriter yönetim sisteminin temelleri Antik Yunan filozofu Platon (Eflatun) tarafından atılmıştır. Platon, "Devlet" adlı eserinde yönetici kralların filozof olması gerektiğini söyler; filozof, gerçek dünyayı bilen insandır, böylelikle aklın gücü ile devletin gücü birleşecek ve kusursuz bir idare meydana gelecektir. Platon, ideal devleti tanımlarken; idarecilik vasfına sahip, maharetli ve akil insanlar tarafından yönetilmesi gerektiğini öne sürmüştür ve halkın refahı için bilge yöneticilerin eğitim, din, meslek gibi alanları denetlemesini önermiştir. Ona göre halkı yönetenler her türlü hazlardan arınmışlardır ve bütün eksikliklerden azadedir. Halk ise, zaafı olan kalabalıklardır. Platon'un devlet anlayışında yöneten kaptan, yönetilenler ise gemicidir. Bir kaptan, yani idare eden kişi, kendi yararına olanı değil, gemici için yararlı olanı gözetecek ve bunu emredecektir. Aynı şekilde hekimler, hekim oldukları sürece kendi yararlarını gözetmez; hastanın işine geleni gözetir ve bunu emreder (Platon, 29). Platon'un 'Devlet'inde toplum tıpkı insan gibi biyolojik bir organizmadır. Yönetenler de bu organizmanın düşünen, hesaplayan ve karar veren organı, yani beynidir (Ruhi, 2005: 251).

14. yüzyılda kaleme alınan ve büyük fırtınalar koparan "Prens" yapıtının sahibi İtalyan düşünür Niccolo Machiavelli, otoriter rejimlerin bir diğer teorisyenidir. Prens'te, çok masum bir önerme ortaya atılır ve toplumun iyiliği için iktidarların ne kadar önemli olduğu vurgulanır. Ancak bu masumiyet gücün kalıcılığı söz konusu olunca ortadan kaybolacaktır. Eserde hükümdarların toplumsal işleyiş üzerindeki kontrolü gevşetmesinin kaosa neden olacağı iddia edilmiştir. Dile getirilen görüşler hükümdarın hükümdarlığını nasıl koruyacağı ve pekiştireceği üzerinedir. Makyavel, bütün sorunların kararlı bir idareci tarafından çözüleceğini söyler; idareci de, otoritesini korumak için ahlaki olsun olmasın her türlü kuvvet ve hileye başvurmalıdır.

Hükümdarın başarılı olabilmesi için bazı niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bu niteliklere sahip değilse bile sahipmiş gibi görünmelidir. Ahlaksızlığını, dindar görünerek unutturmalı; kaba kuvveti ve zalimliği sistemin devamını gerekçe göstererek gizlemelidir. Çünkü devletin sürekliliği her şeyin önündedir ve hükümdarın gücünü pekiştiren şey sevgi değil korkudur¹.

“*Amaca ulaşmak için her yol mubahtır*” anlayışını politika bilimine kazandıran Makyavel’ in felsefesi bugün bile geçerliliğini kaybetmemiştir. Öyle ki, yalnızca siyaset değil, toplumsal ve ekonomik yaşamın her alanında insanlar ve sistemler bu anlayışa atıf yaparak eylemlerini gerçekleştirmektedir.

Otoritenin kutsallığına inanan bir diğer düşünür “*Leviathan*” (Dev) adlı eserin sahibi Thomas Hobbes’tir ve Hobbes, mutlak iktidara ve yetkiye sahip egemen bir devleti ifade etmek için bu kavramı kullanmıştır. “Homo homini lupus - İnsan insanın kurdudur” deyişinin sahibi Hobbes’e göre bütün insanlar doğuştan eşittir. Bu eşitlik amaçları da eşit kılacak ve herkesin her şeye sahip olmak istemesi kargaşayı beraberinde getirecektir. Bu karışıklığı önlemenin yolu, toplumun bütün haklarını gönüllü olarak bir krala devretmesidir (toplumsal sözleşme). Bu sayede güvenlik ve kavga sorunu ortadan kalkacak ve toplumsal sözleşmenin ürünü olan herkesin arzuladığı ve rızaya dayanan mükemmel devlet ortaya çıkacaktır (Tamer, 2010: 93).

Alman filozof Hegel de devleti bireyden daha önemli görmüş ve mutlak aklın, kendisini bütün içselleştirmeler içinde nesnelleştirip gerçekleştirdiği bir üst yapı olarak tanımlamıştır (Hazar, 2009: 230). Devlet, bireyin hakiki manada özgürlük bulduğu ve bu özgürlüğün tadını çıkardığı mutlak gerçekliktir. Bir kişinin keyfi davranışları özgürlük demek değildir ve devlet bu keyfiliğin önünde duran tanrısal bir kudrettir (Çuhadar, 2007: 125). Devlet, özneliğin evrenselliğe dönüştüğü yerdir; devlet zihnin nesnelleşmesidir, aklın ruha dönüşmesi ve ilahi düzenin ete-kemiğe bürünerek yaşamı düzenlemesidir.

Otoriter yönetim biçimlerinde basın;

- Siyasi iradenin buyruğu altındadır. Yönetenden yönetilene doğru tek taraflı, buyurgan bir iletişim akışı söz konusudur.
- Tek görevi sözcülük yapmaktır.

¹ [http://tr.wikipedia.org/wiki/Prens_\(kitap\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Prens_(kitap)) 29.12.11

- Basın, siyasal erkin ideolojik görüşünü meşrulaştıran bir araçtır ve tümüyle otoritenin yönlendirmeleriyle hareket etmekte ve politik elitler tarafından, kendi doğrularını topluma kabul ettirmek gayesiyle kullanılmaktadır.
- Yasal yaptırımlar, ağır vergiler, sansür ve yalnızca belirli kişilere izin vermek gibi yöntemlerle sıkı bir denetim altındadır
- Bunun yanı sıra; rüşvet, tehdit, tutuklama gibi yollarla 'iktidarın sesi' olması istenmektedir.
- Her ne kadar özel mülkiyete açık olsa da siyasal erklere bağımlıdır (Mora, 2008: 8).

Otoriter kuram; katı Katolik geleneğin sarsılması, reform ve aydınlanma hareketlerinin başlaması ile çöküş sürecine girmiş ve 19. yüzyıl ortalarında Avrupa'yı terk etmiştir. Günümüzde demokrasinin işlemediği despotik ülkelerde bu kuramın izlerine rastlamak mümkündür. Buna karşın, dikta rejimlerinin hüküm sürdüğü Ortadoğu ülkelerinde bile bu kuram artık sorgulanır hale gelmiştir (Işık, 2007: 21).

Demokrasinin ülkelerin yönetim biçimlerine eklenmesinden önce, basına yönelik otoriter uygulamalar kolaylıkla teşhis edilebilmesine karşın dikta rejimlerinin görülmediği kimi sistemlerde bile kitle iletişim araçlarına karşı tutum despotik bir hal alabilmektedir. Yönetim anlayışının ikna üzerine kurulduğu birçok ülkede kitle iletişim araçları, politik seçkinlerin görünmeyen baskısı altındadır. Bu yüzden, geçmişi oldukça eskiye dayanan otoriter yaklaşımın tam olarak ortadan kalktığını söylemek zordur ve dünyanın pek çok yerinde farklı biçimlerde kendini göstermektedir (Kaya, 1985: 40).

Otoriter rejimlerde yazılı ve görsel-işitsel kitle iletişim araçları, ağır yasal müeyyideler ve sansür tehdidini sürekli enselerinde hissetmektedir. Durum böyle olunca, basının özgür ve tarafsız bir yayın çizgisinin olması olanaksız hale gelmekte ve basın, siyasi erkin meşruiyetini pekiştiren bir propaganda aracı olmaktan öteye gidememektedir.

Basının, özel mülkiyet hakkı olmakla birlikte bütünüyle devletin kontrol ve güdümünde olduğu felsefesine dayanan otoriter basın kuramıyla örtüşür örneklerle, tüm dünyada olduğu gibi, ülkemiz basın tarihinde de rastlamak mümkündür. Osmanlı İmparatorluğu'nda gazetecilik faaliyetlerini düzenleyen ilk nitelikli metin 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi'dir. Bu nizamname ile saray idaresi, basınla ilgili faaliyetleri düzenlemek ve denetim altına almak istemiştir. Gazete ve dergi faaliyetleri ruhsat iznine

bağlanmış, ülkenin iç güvenliğini ve asayişini bozacak nitelikte yayın yapan gazetelerin kapatılması hedeflenmiştir (Özkorkut, 2002: 73).

Otoritenin, basını kanunlarla hizaya getirmesinin ikinci örneği Âli Kararname'dir. Basın faaliyetlerine çok katı yaptırımlar getirdiği için eleştirilen ve sansür olarak nitelendirilen bu kararname ile Muhbir, Utarit ve Ayine-i Vatan gibi gazeteler kapatılmış, Hayal gazetesinin yayını yasaklanmıştır (İnuğur, 193: 206).

Devletin basın üzerindeki baskısı II. Abdülhamit döneminde de devam etmiştir. Nurşen Mazıcı'nın, basının "*genişleme döneminden çıkıp kasılma dönemine girdiği yıllar*" (Mazıcı, 1998: 135)² olarak tarif ettiği istibdat döneminde basın bütünüyle sindirilmiş ve kabuğuna çekilmeye zorlanmıştır.

Halk Fırkası'nın, bütün toplumsal politikaların belirleyicisi olduğu ve demokratik muhalefete izin verilmediği tek parti döneminde de basına müsamaha gösterilmemiştir. Tek parti rejiminin gereklerine uygun olarak hazırlanan 1931 Matbuat Kanunu'nun ünlü 50. maddesiyle³ birçok muhalif gazete kapatılmış ve Halk Fırkası'nın duymak istemediği sesler kesilmiştir. Gazeteler, devrimleri halka tanıtmak ve benimsetmek gibi bir propaganda mecrasına sürüklenmiştir (Koç, 2006: 26)

1.2. Sovyet Totaliter Kuram

Sovyet Totaliter Kuram ya da Sosyalist Yaklaşımın kökenleri Marksist öğretilerdir. Tarihsel maddecilik veya diyalektik materyalizm temeline oturtulan bu öğretinin en önemli öğeleri sınıf ve iktidar kavramlarıdır ve iktidar üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın tekelindedir. Üretim araçları ise kamusal mülkiyettir. Kitle iletişim sistemi de bu öncüller etrafında tanzim edilmiştir. Basın, iktidara sahip işçi sınıfının eliyle örgütlenmeli ve idare edilmelidir. Zira Sosyalist yaklaşımın basın tarifi, kültür ve ideoloji üreten araç şeklindedir.

Marks'ın sınıfsız toplum ideolojisi, kitle iletişim araçlarının farklı görüşleri yansıtmasına da gerek olmadığını söylemektedir. Basın, bunun yerine halkı ortak bir payda altında örgütlemeli ve kolektif bir şuur yerleştirmelidir. Basın emekçi sınıfın denetimindedir ve özel mülkiyete konu olmamalıdır. Kitle iletişim araçları toplumun sosyalleşmesi için çalışmalı ve yurttaşları eğitmelidir (Kaya, 1985: 57).

² <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/809/10292.pdf> (05.10.11)

³ 50. Madde: *Memleketin umumi siyasetine dokunacak neşriyattan dolayı icra vekilleri heyeti kararı ile gazete veya mecmualar muvakkaten tatil olunabilir. Bu suretle kapatılan gazete veya mecmuanın neşrine devam edenler hakkında 18. madde hükmü tatbik olunur. Bu suretle kapatılan bir gazetenin mesulleri tatil müddetince başka bir isim ile gazete çıkaramazlar.*"

Sovyet sisteminin iletişim alanındaki düzenlemeleri hemen hemen bütün sosyalist yönetimlerin düzenlemelerini de etkilemiştir. Sovyet Totaliter kuramda basın görevi, sosyalist sistemin sürekliliğine katkıda bulunmaktır. Basın, devleti ileriye götürmenin bir aracıdır ve bu araç sermayenin ihtirasına terk edilmemeli ve siyasal erkin denetiminde olmalıdır. Basın, devletin çizdiği sınırlar dâhilinde kendini kontrol etmeli, devletin öncelikleriyle çatışmayacak bir şekilde geleneksel kurallarını oluşturmaktadır (Tüfekçioğlu, 1997: 68). Örneğin, komünist Çin’de televizyon ve diğer kitle iletişim araçları model işçileri ve vatandaşları selamlayan haber ve programlarla, sosyalizmi ve Komünist Parti’yi öven drama ve yayımlarla doludur. Böylelikle sosyalist ideoloji, sadece savunulmamakta, yasal bir zemine de yerleştirilmiş olmaktadır (Lull, 2001: 31).

Marksist düşünceye göre bütün toplumsal hareketlerin ve insan davranışlarının temelinde çıkar duygusu yatmaktadır. Bu bağlamda, basın da elitlerin menfaatleri ile özdeş bir hizmet sunma eğilimine sahiptir ve bu eğilim burjuvanın muhteris beklentilerine bırakılmamalıdır (Gökçe, 2001: 20).

Totaliter rejimlerde basın;

- Yerleşik Sosyalist sistemin devamı için çalışmalıdır.
- Yurttaşları Komünist Parti’nin öğretilerine göre sosyalleştirmeli, bilgilendirmeli ve eğitmelidir.
- Sosyalist sistemin kalıcı olması için toplumsal politikalar üretmelidir.
- Gerekli görüldüğü takdirde, sansür ve yasalarla sınırlandırılmalıdır.
- Devleti ileriye götürmenin bir aracıdır ve özel mülkiyetin bencil heveslerine terk edilmemelidir.

1.3. Liberal Kuram

Bin yıllık Ortaçağ boyunca karanlık katedrallerde dualar mırıldanan Avrupa, Aydınlanma ile birlikte tortularından sıyrılmış, Skolâstik öğreti ve kilise dogmaları yerini aklın üstünlüğüne bırakmıştır. Avrupa uygarlığı Rönesans, dini reformlar ve Aydınlanma Felsefesi ile üzerindeki ölü toprağını atmış; kıta baştan ayağa yeni bir çehreye bürünmüştür. Ekonomiden siyasete, sanattan edebiyata, bilime kadar pek çok alanda radikal değişiklikler kendini göstermiştir.

Liberalizm, genel olarak, özgürlüğü, politik değerlerin birinci sırasına yerleştiren ve ifade özgürlüğü, serbest piyasa ekonomisi, hukukun üstünlüğü, kanun önünde eşitlik

gibi kavramları insanlıkla tanıştıran; siyasal, iktisadi ve dini alanlarda müdahaleyi kabul etmeyen; önceliğin otoritede değil bireyin hak ve özgürlüklerinde olduğunu savunan düşünce akımıdır. Kapitalizmin düşünsel temellerini oluşturan liberal anlayış, devlet ve ekonomi birlikteliğini sonlandırmış, iktisadi işleyişi devletin sultasından kurtarmıştır.

Liberalizmin ana felsefesi olan “*laissez faire laissez passer*” (*bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler*) ilkesinden ilham alan liberal yaklaşım, toplumu, hiçbir yapının birbirine gerçek manada üstünlük kurmadığı karmaşık bir sistem olarak betimlemektedir. Basın alanı da devlet, siyasi partiler, baskı grupları gibi merkezlerden büyük ölçüde bağımsız bir sistemdir (Gönenç, 2004: 445).

Ortaçağ feodalitesini yıkıp üzerine oturan Aydınlanma ile modern dünyanın demokrasi ve özgür irade macerasının başladığı yıllarda, bireyi merkeze koyan liberal yaklaşımın temel önermeleri kitle iletişim alanına da uyarlanmıştır. Tek bir iradenin gerçeğe ulaşmada yetersiz kaldığını öne süren liberal düşünce, bireylerin fikirlerini serbestçe açıklayabileceği özgür bir kitle iletişim sisteminin olması ve farklı toplumsal katmanların bu sistemde dengeli biçimde temsil edilmesi gerektiğini savunmuştur (Çebi, 2002: 57). Geleneğin önde gelen isimlerinden Milton, iletişim alanını bir “pazaryeri”ne benzetmiş ve iyi ya da kötü her düşüncenin ifade edildiği özgür bir pazarda kişinin en iyisini seçebileceğini iddia etmiştir. Jefferson, toplumu aydınlatma görevi olan basının bunu ancak devlet kontrolünden kurtularak başarabileceğini söylemiştir. Stuart Mill de yanlış da olsa fikirlerin, doğru olan fikirler kadar dinlenme hakkı olduğunu savunmuştur (Işık, 2007: 25-26).

Liberal-çoğulcu yaklaşım, basının toplum adına bazı görevler üstlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda en çok atıf yapılan işlev, otoriter ve totaliter rejimlerde karşılık bulamayan idarenin denetimi (gözcülük) ve temsildir. Gözcülük, hükümeti denetleyerek toplumu korumak, iktidar sahiplerinin otoriteyi istismar etmesini önlemek ve devletin işleyişi hakkında kamuyu bilgilendirmek üzerinden işlemektedir. Temsil ise tüketicileri koruyan bir aktörlük durumudur. Basın, tüketicilerin yani okurların ilgi, beklenti ve çıkarlarının neler olduğunu bilmeli ve tatmini sağlamalıdır.

Liberal düşünce, serbest piyasa sisteminde basını, herhangi bir sektörden farklı olarak, demokrasiyle ilişkilendirmekte ve demokrasinin olmazsa olmazı görmektedir. Özgür basınla demokrasi arasındaki bu vazgeçilmez bağ düşünüldüğünde, verilen mücadele, esasında kitle iletişim alanını devletin baskı ve müdahalesine terk etmeme gayretidir. Basın, demokrasiyi yaşatmanın en önemli aracıdır ve bu mekanizmanın aktif

duruma gelmesi, toplum adına devleti denetleyecek, devletin işleyişi hakkında toplumu bilgilendirecek ve farklı sesleri yansıtacak duyarlı bir yapı ile mümkündür. Özetle “kamu gözcüsü”, “halkın temsilcisi” ve “bilgi verici” olacaktır (Uzun, 2007: 26).

Liberal geleneğe göre doğrulara ve gerçeğe ulaşmanın yegâne yolu çoğulculuktur. Çoğulculuğun sağlanması da fikirlerin serbest bir ortamda özgürce açığa vurulmasıyla mümkündür. Erkların baskısından kurtulan basın, farklı düşünsel yapıların çatıştığı bir alan açacak; rekabetçi bir ortamda sürtüşen fikirler arasından doğru olanlar sıyrılacak ve toplum tarafından kabul görecektir. Bu yüzden serbest pazar hayati önem taşımaktadır ve bir anlamda basın özgürlüğünün garantörüdür. Gazeteler, kazanç elde etmek için talebe cevap vermek zorundadır. Gazete sahipleri de bunu düşünerek daha geniş kesimlerin görüşlerini yansıtmak durumunda kalacaktır (Demir, 2007: 41).

Bütün bunlar ışığında geleneksel liberal anlayışın basından ne anladığı hakkında özetle şunları söylememiz mümkündür:

- Basın, kendisinden bekleneni verecek yeterlilik ve kapasiteye sahiptir.
- Despotik merkezlerin baskıcı uygulamaları, basın özgürlüğünün önündeki en büyük engeldir.
- Basın, gerçeğin ortaya çıkması için farklı fikirlere geniş bir tartışma alanı açan bir kılavuzdur.
- Toplum adına hareket eden bir temsilcidir.
- Kamuyu eğiten bir öğreticidir.
- Siyasal yapıyı gözetleyen bir izleyicidir.

Liberal öğretinin ayırt edici özelliklerinden biri de haberi tanımlama sırasında ortaya çıkmaktadır. Kuramın önermesine göre dış dünya, gazetecilerden bağımsız bir gerçekliktir. Gazeteci ise, bu gerçekliği algılama yetisine sahip, işinde uzmanlaşmış, dirayetli ve medya kuruluşlarının baskılarına karşı koyabilecek potansiyele sahip meslek profesyonelleridir. Dolayısıyla, haber üretimi bu vasıflara sahip profesyoneller tarafından ve kişisel tutumlardan arınarak nesnel, dengeli, tarafsız bir tutumla bilginin aktarılmasıdır. Gazetecinin yerleşik iç dünyası ile dış dünya her ne kadar birbirinden bağımsız ise de, etkileşim esnasında her iki algı da çakışacak; böylece haber, gerçeği olduğu gibi yansıtan bir ‘ayna’ olacaktır (Kepplinger, 1992: 58’den akt. Çebi, 2002: 72). Bu tarz bir anlamlandırma ise eleştirel öğretiden tarafından eleştirilecek ve fazla iyimser bulunacaktır.

Liberal basın anlayışına getirilen eleştiriler, hem liberal geleneğin savunucuları hem de Marksist kuramcılar tarafından dile getirilmiştir. İlk dönem liberallerinin hesap edemediği aksaklıklar, iş pratiğe dökülünce ortaya çıkmış ve serbest piyasanın zaman içinde beliren olumsuzlukları basını da ister istemez etkilemiştir. Bu eleştiriler; demodelik, yoğunlaşma, çeşitlilik ve bağımsızlık gibi başlıklarla dile getirilmiştir.

Liberal geleneğe getirilen eleştiriler, öncelikle bu anlayışın artık modasının geçtiği ve 21. yüzyılın gerçekleriyle hiçbir şekilde örtüşmediği vurgulamaları üzerinden dillendirilmiştir. Buna göre geleneksel kuram; devamlı olarak kamu gözcülüğü, temsil vb. gibi hep aynı masalları anlatarak bunaltıcı hale gelmiş ve kendini yenilemesi gerekirken gitgide muhafazakârlaşmıştır.

Liberal geleneğin biçtiği gözcülük rolü, medyanın oldukça politize ve muhalif olduğu bir dönemde ortaya çıkmıştır. Günün şartlarına göre bu mümkündür ancak günümüz dünyasında bu durum pek de geçerli sayılmamaktadır. Günümüzde medya yerleşkesinin büyük bir kısmı, boş vakitlerin doldurulduğu bir eğlence alanıdır. Kamusal alanlarla ilgili haberler ve iktidarların icraatlarının eleştirisi ise bu yerleşkenin çok küçük bir alanını işgal etmektedir. Dolayısıyla bu rol (birkaç istisnayı saymazsak), yapılan değil yapılmayan şeyler üzerinden tanımlanmaktadır (Curran, 2002: 191).

Geleneksel anlayış, bir diğer yönüyle de popülerliğini yitirmiş görünmektedir. Bu anlayış, denetim rolünü yalnızca iktidarı gözleyen bir uygulama ile basitleştirilmiştir. Gözcülük rolü, despotik uygulamaların yürürlükte olduğu dönemlerde ve toplum ile devlet arasında bir çatışmanın yaşadığı hesap edilerek tanımlanmıştır (Curran, 2002: 192). Bu tanımlama, gözcülük işlevine ait kodlar üretilirken bağımsız düşünülmediğinin göstergesidir. Oysaki yaşadığımız yüzyılın toplum ve devlet anlayışı bütünüyle farklılaşmıştır ve devlet, toplum için artık bir korku aracı değildir. Toplum da, iktidarın üzerinde rahatça oynama yapabileceği pasif yığınlardan ibaret görülmemektedir. Onun içindir ki; gözcülük rolü daha kapsayıcı bir tanıma gerek duymaktadır ve bu kategoriye sadece devlet değil, art niyet potansiyeli olan bütün merkezler dâhil edilmedir.

İlk başlarda öngörülmeleyen yoğunlaşma eğilimi ve ticarileşme, kurama getirilen bir diğer eleştiridir. Yoğunlaşma üç şekilde gerçekleşmektedir (Uluç, 2003: 283):

1. Yatay Yoğunlaşma: Aynı sermayenin birbirinden bağımsız birden fazla medya organına sahip olması.

2. Dikey Yoğunlaşma: Medya alanında üretimden tüketime kadar her safhada kontrol ve sahiplik durumu (reklam şirketleri, program üretici firmalar, dağıtım pazarı vs...).
3. Çapraz Yoğunlaşma: Aynı sermayenin hem farklı medya alanlarında hem de diğer sektörlerdeki etkinliği (medya, reklamcılık, otomotiv, finans, sağlık vs...)

1980 sonrası birçok girişimcinin bu sektörde yer almak istemesi ve bu doğrultudaki çabaları yoğun bir rekabet ortamı doğurmuştur. Ciddi kazançlar getiren bu sektör, özel teşebbüsü cezp etmesine rağmen, iri bütçeler istemesi de aynı şekilde ümitsizlik yaratmış ve durum büyük olanların lehine değişmiştir (Sayılğan, 2009: 80). Böylelikle sektör, dünya genelinde birkaç elde toplanmıştır. Yapılan küresel yatırımlar ile ülkeler arasındaki etkileşim artmış ve ivme kazanmıştır. Küresel rekabet sonucu dev şirketler uluslararası işbirliğine gitmiş; birleşmiş ya da ortak oluşumlar meydana getirmiştir. Ayrıca bu şirketlerin program üretme ve dağıtma işine girmeleri, reklam ve pazarlamaya da el atmaları yoğunlaşmayı şiddetli biçimde arttırmıştır (Büyükbaykal, 2008: 46). Şirketlerin ulusal ve ulus ötesi işbirlikleri sonucu medya ve telekomünikasyon alanında görülen bu yoğunlaşma durumu, çoğulculuğun gereklerini ve olası toplumsal faydalarını ortadan kaldırmıştır. Pek çok Avrupa ülkesi bu sorunun giderilmesi amacıyla çeşitli tedbirler almış; hatta Avrupa Birliği ve üye ülkeler bu konuda yasal düzenlemelere gitmiştir (Çakır ve Gülnar, 2008: 209, konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. a.g.m.).

Akabinde kitle iletişim sektörü, büyük güç sahibi holdinglerin elinde toplanarak, bu gücün işbirliği içinde oldukları merkezlerle ilişkiler çerçevesinde, içeriğin yeniden oluşturulduğu bir hal almıştır (Tekinalp, 2008: 122). Tek ya da az ortaklı kuruluşların hâkimiyeti altına giren basın, bu kuruluşların menfaatleri, ticari ve politik öncelikleri için kullanılmaya başlamıştır. Serbest piyasa, ümit edildiği gibi basını özgürleştirmemiş; aksine, birkaç kişinin veya bir zümrenin tahakkümü altına sokmuştur.

İletişim holdinglerinin yükselişi, sadece şirket sahiplerinin editoryal kararlara müdahale etme ve politik dünyalarına uymayan meslek uygulayıcılarını sahne arkasına mecbur bırakma gibi basit bir durumla açıklanamamalıdır. Bu yükseliş, sektörün yan kollarındaki kazançlara da ambargo koyabilmektedir. Şirketin gazeteleri, kendi televizyon istasyonlarına bedava reklam olanağı vermek ya da bir plak, kitap ve filmle ilgili ürünler çıkarmak suretiyle dolaşımdaki kültürel malların çeşitliliğinin

azaltabilmektedir. Basit anlatımla; dolaşımda daha fazla meta olmasına karşın, bunların aynı temel temaların ve imgelerin değişik türleri olmaları daha mümkündür. Bu tür doğrudan iktidar uygulamalarına ek olarak, pazarda faaliyet gösteren veya pazara girmeye çalışan küçük gruplar üzerinde de kayda değer dolaylı iktidar uygulamaları mevcuttur. Dev holdingler, yüksek maliyetli promosyon kampanyaları başlatarak, reklamcılara indirimler önererek ya da anahtar personeli satın alarak bu gücü pazara yeni giren şirketleri defetmede kullanabilmektedir (Golding ve Murdock, 2002: 78-79).

Liberal basın kuramının ülkemizdeki yansımaları, 80'li yıllardan itibaren görülmeye başlanmıştır. Özal'la birlikte ekonomideki devlet tekeli sona ererken basın ve siyaset arasındaki ilişkiler de çeşitlenmiştir. Sermayenin işe karışmasıyla basın ve siyaset arasındaki etkileşime üçüncü bir ortak çıkmıştır: Ticaret. Basın dışı faaliyetleri olan pek çok sermaye sahibi (Doğan, Nadir, Çukurova, Uzan vs...), gazete ve televizyon satın alarak sektöre girmiş ve yelpaze genişlemiştir (Taşdemir, 2005: 177). 90'lı yıllardan itibaren yazılı basın, görsel medyanın gerisinde kalmıştır. Gazeteler ile radyo ve televizyon kanallarına sahip olan İstanbul kaynaklı oligopol medya kuruluşları; alana ait üretim, dağıtım ve reklamcılığa da el atarak sektöre damga vurmuştur (Tokgöz, 1998: 47).

Ülkemiz medya yerleşkesinin günümüzdeki durumuna baktığımızda da holdingleşmenin devam ettiğini söylememiz mümkündür. Tek fark, değişen aktörler ve dev plazalara asılan yeni panolardır. Oya Tokgöz'ün vurguladığı İstanbul kaynaklı oligark yapıların sadece isimleri değişmiştir. Son yıllarda Türk medyasında mevcut iktidar lehine bir değişkenlik söz konusudur. Siyasal erk, kendisine muhalif gördüğü basın-yayın kuruluşlarına yeni yol haritaları belirlerken, meşruiyetini pekiştirmek maksadı ile bir takım gazete ve televizyonları, kendisine yakın gördüğü ve belli ekonomik güce ulaşmış ticari gruplar eliyle devşirmektedir. Bu değişimin altında yatan neden ise haberin politik bir güç olarak algılanmasıdır ve unutulmamalıdır ki siyaset; imaj oluşturmak, dikkat çekmek ve gündem oluşturarak destek kazanmak için kitle iletişimine muhtaçtır. Siyaset kurumunun basın-yayın kuruluşlarına farklı yollarla müdahale etmesi etik olmasa da politikanın gerçeğidir. Doğru olmayan, otoritenin basını etki altına almaya çalışmasını kabullenemeyen bir sistemin, ticarileşerek büyük şirketlerin boyunduruğuna girmeyi önemsememesidir. Zira holdinglerin kısılcına giren kitle iletişimi dolaylı da olsa siyasetin kısılcına girmeyi de peşinen kabul etmiştir.

1.4. Sosyal Sorumluluk Kuramı

Liberalizm, bir yandan özgürlükleri ve şeffaflığı totemleştirirken öbür yandan her şeyi ürün olarak gören bir ekonomi politikası geleneğini de dünyaya enjekte etmiştir: Serbest piyasa.

Devletin kamu hizmetlerinden elini çekmesi ve bu hizmetleri serbest pazarın acımasız rekabetine açması ile sağlık, eğitim, telekomünikasyon gibi hizmet sektörlerinin yanı sıra basın da bir zemin kayması yaşamıştır. İri bütçeler isteyen bu sektörün, dev holdinglerin çatısı altına girmesi ile medya endüstrisi; kamu yararı, toplumsal sorumluluk, toplumsal temsil ve idarenin denetimi gibi işlevlerini ikinci plana atmış; önceliklerini ticari bir işletmenin önceliklerine paralel biçimde belirlemiştir (Taş, 2010: 3). Hesap edilmeyen bu sorunun giderilmesi amacıyla sosyal sorumluluk kuramı ortaya atılmış ve bu kuram üzerinden çareler üretilmeye başlanmıştır.

Sosyal sorumluluk kuramı, kökenleri Birleşik Devletler olan bir yaklaşımdır. 1947 yılında ABD’de kurulan Hutchins Komisyonu ve komisyonun yayınladığı “Özgür ve Sorumlu Basın” başlıklı raporda, basın üzerinden ticaret yapan işletmelerin toplumun gereksinimlerine yeterince yanıt veremediği, hatta toplum tarafından yadırganan ve eleştirilen bir hizmet sunduğu, bu yüzden basın çalışanlarının daha özenli bir tavır sergilemesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Rapor, bu kuramın tüm dünyada tanınmasını ve basın etiği ile ilgili tartışmaların bu minval üzere gelişmesini sağlamıştır (Özgen, 2002: 112). Komisyon basına şu yükümlülükleri getirmiştir (Işık, 2007: 38):

- Basın, günlük olay ve olgularla ilgili doğru, mantıklı, kapsamlı ve tam bir bilgi vermeli; yalan ve eksik bilgiden uzak durmalıdır.
- Basın, farklı görüşlerin serbestçe dolaşım alanı bulabildiği bir forum oluşturmalı, bütün taraflara eşit mesafede durarak olayları üçüncü göz mantığıyla gözlemlemelidir.
- Basın, bütün birey ve grupların temsili bir görüntüsünü yansıtmalıdır.
- Basın, toplumsal amaç ve değerleri sunup açılabilenmelidir.
- Basın, günlük olaylarla ilgili olarak bilgiye tam erişim sağlayabilmelidir. Bu bağlamda, haberin serbest dolaşımı sağlanmalı ve bunun önündeki engeller ortadan kaldırılmalıdır.

Basın konusundaki vurguyu özgürlüklerden sorumluluklara kaydıran (Uzun, 2006: 637) sosyal sorumluluk kuramı, önceki yıllarda yapılan yayıncılık faaliyetlerini eleştirmiş, basının kendine çeki düzen vermesini önererek denetimsiz bir serbestliği

reddetmiş ve kontrollü bir basın özgürlüğü arzulamıştır. Bu doğrultuda kesin, doğru, nesnel ve dengeli bir habercilik anlayışının gerekliliği üzerinde durmuştur.

Sosyal sorumluluk kuramının temel düsturları özetle şunlardır (Evers, 2010: 51):

- Basının öncelikli görevi, haberi doğru şekilde ve kapsamlı olarak iletmektir. Haber aktarımı doğru, güvenilir ve dengeli olmak zorundadır.
- Haber ve yorum birbirine karıştırılmamalıdır ve nesnellik, ulaştırılması gereken en yüce amaç olmalıdır.
- Gazeteler, bütün görüşlerin özgürce ifade edilebileceği bir alan açmalıdır. İşletme sahiplerinin onaylamadıkları bakış açılarına da korkusuzca yer verilmelidir.
- Basın, farklı toplumsal yapılara sahip katmanları da temsil edebilen bir resim çizmelidir.
- Basın, topluma karşı sorumlu olmalıdır.

Basının topluma karşı sorumluluklarının olduğunu ve kendisini bu sorumluluklara göre programlaması gerektiğini öne süren kuram, bu farkındalığın bilincinde olan bir medya düzeninin, sorgulanmaya başlanan mesleki saygınlığı da geri kazanacağına vurgu yapmaktadır.

Bu kuramın olgunlaşması ise, “kitle iletişim araçlarına sahip olmak, yalnızca bir ticarethaneye sahip olmak anlamına gelmemelidir. Çünkü medya, kültür üreten bir endüstridir ve yapılan iş esasında bir kamu hizmetidir; dolayısıyla kamuya bu hizmeti sunanlar toplumsal sorumluluk konusunda gerekli hassasiyeti göstermek zorundadırlar“ önermesi üzerinden gerçekleşecektir.

1.5. Gelişme Aracı Kuramı

Gelişme aracı kuramı, Dennis Mcquail tarafından temellendirilmiştir. Bu kurama göre gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında ekonomik, politik, teknik ve uzmanlık gibi konularda farklılık bulunmaktadır. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkelerde kitle iletişim araçları, kimlik oluşturma, ulusal hedeflere ulaşarak birlik ve beraberliği gerçekleştirme amaçlarına ulaşmak için kullanılmalıdır. Kitle iletişim araçları, gerekli görülen durumlarda kısıtlanabilmelidir çünkü gelişme sürecine ülkeler yalnızdır ve gelişmiş ülkelerden herhangi bir destek görmeyecektir. Bu yüzden kitle iletişim araçlarına önem verilmeli, başıboş bırakılmamalı ve toplumun gelişimine uygun politikalar üretmesi için yönlendirilmelidir (Aktaş, 2007: 14).

1.6. Katılımcı Demokratik Kuram

Bu kuramın temel hareket noktası, kaynak konumundaki kitle iletişim araçlarını değil, hedef kitle olan okuyucu, izleyici ve dinleyiciyi ön plana almaktır. Kuramın hayata geçirilmesiyle edilgen ve pasif bir demokrasi anlayışı terk edilerek aktif ve katılımcı bir demokrasiye geçilecektir. Kuramın fikir babası olan Mcquail, yurttaşların bilgi edinme hakkını engelleyen tekellere alternatif olarak kurulacak küçük ölçekli, daha yerleşmiş ve etkileşimi daha fazla olan iletişim araçlarının halkın katılımını sağlamada daha etkili olacağını ifade etmiştir. Bu bağlamda kuramın temel önermelerini şu şekilde belirlemek mümkündür (Mora, 2008: 36)⁴:

- Medyanın varoluş nedeni şirketler ve müşteriler değil, halktır.
- Siyasi otorite, medya içeriklerinin belirlenmesine müdahale etmemelidir.
- Gruplara, örgütlere ve yerel topluluklara kendi medyalarını oluşturma imkânı verilmelidir.
- Yurttaşlar ve azınlık grupları medya erişim ve gereksinim konularında bilgilendirilme ve hizmet görme hakkına sahip olmalıdır.

⁴http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/medya_calismalari_medya_pedagojisi_ve_kuresel_iletisim.pdf 01.01.12

İKİNCİ BÖLÜM

2.YEREL BASIN VE SİYASET İLİŞKİLERİ

5187 sayılı Basın Kanunu'nun 2. Maddesi'nde yerel basın: *“Yerel süreli yayın: Tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayımlanan yaygın ve bölgesel yayınlar⁵.”*

Taşra basını, vilayet basını veya Anadolu basını olarak da isimlendireceğimiz yerel basın, belli bir şehir ya da bölge gibi yerleşim birimlerinde hizmet veren, günlük, haftalık gibi dönemlerle yayımlanan, sınırlı sayıda okuyucuya hitap edebilen, uzmanlaşma ve kurumsallaşmayı hakiki manada başaramamış yazılı basın kuruluşlarıdır.

Yerel basın, *“yalnızca belli bir bölgede yayınlanan ve okunan, ulusal haberlerden farklı olarak, yerel haberlerin ve konuların yer aldığı gazeteler ya da genel olarak bir kasaba ya da kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberlerin yer aldığı ve o kentte yayımlanan gazete olarak tanımlanmaktadır”* (Girgin, 2001: 160).

Yerel basın, İstanbul dışındaki yerleşim birimlerinde ve buldukları yöre ile sınırlı kalacak şekilde faaliyet gösteren, hedef kitlesi sadece yörede yaşayan insanlar olan, okur sayısı sınırlı basın kuruluşlarıdır (Vural, 1999: 44).

2.1. Yerel Basının Önemi

Yerel basın, *“sınırları belirli bir yörede bulunan ve faaliyet gösteren, gazetecilik mesleğinin gerektirdiği görevleri ve işlevleri bu yörede ifa eden ve bu doğrultuda sorumluluklar taşıyan, yöre halkının gözü, kulağı, dili olurken aynı zamanda yerel kamuoyunun oluşmasına katkılarda bulunan, yerel yönetimleri denetleyen, yaptığı haberler ve faaliyetler neticesinde gerek yöredeki insanlar ve gruplar arasında, gerekse yöre halkı ile yerel yönetimler arasında iletişim ve koordinasyonun sağlanmasına, yöredeki sosyal hayatın düzenlenmesine yardımcı olan, özellikle yörede halkın politik bilinçlenmesine ve siyasal hayata katılımında önemli roller üstlenerek demokrasinin özümsemesine ve sağlıklı bir şekilde işleyebilmesine elzem katkılarda bulunan kitle iletişim araçlarıdır”* (Bekiroğlu, 2008: 134).

Mahalli ölçekte yayın yapan gazeteler, genelde bölgeyi ve şehri ilgilendiren durumları işlerler. Kentin sorunları, şehir halkının istek ve beklentileri, belediyeçilik

⁵ <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html> 06.12.11

faaliyetleri, kültürel etkinlikler, iş ilanları, trafik kazaları gibi günlük yaşamın rutinlerini ele alırlar. Bu özelliği ile yerel basın, ulusal basın için bir depodur. Yerel gazetelerde yer alan haberler, ülke basını için çeşitlilik ve zenginliği arttırmakta, ulusal basına yardımcı olarak bir bakıma malzeme sağlamaktadır (İlgaz, 2003: 179).

Yerel basının en önemli işlevlerinden biri, şehrin politik hareketliliğinin resmini çizmektir. Yöre gazeteleri, yerel kamuoyunun oluşmasına yardımcı olmakta, yöre halkının sorunlarını ve taleplerini yöreyi temsil eden siyasilere aksettirmek suretiyle kamunun yararına çalışmaktadır. Aynı zamanda yerel yönetimlerin uygulamalarını denetleyerek kamu gözcülüğü yapmaktadır.

Yerel yönetimlerin yerinden ve hızlı bir şekilde denetlenmesi, yerel toplumsal taleplerin kamuoyunda sağlıklı bir biçimde tartışılmasının sağlanması açısından yerel gazetelerin bilgilendirme ve alternatif bir gündem üretme işlevi önemlidir. Gazete içerikleri, yaygın basında önem sırasına göre belirlenmektedir. Bu nedenle, yerel talepler ve sorunlar gazete içeriklerinde çok fazla yer bulamamaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi yerel basın kuruluşları aracılığıyla gerçekleşebilir. Bu yönüyle yerel basın, ulusal basının bir alternatifi değil tamamlayıcısıdır (Yaşın, 2009: 116).

Ulusal ölçekteki radyo, televizyon ve gazete haberleri, ulusal ve dünya kamuoyunu ilgilendiren çok geniş bir yelpazede sunulmaktadır. Aktarılan bu haberler, bütün bir ülke kamuoyunu ilgilendirdiği için yüzeyseldir. Herkesi ilgilendiren bir durumun peşinden koşan kitle iletişim araçları, yerellelikle alakalı bir durum olduğunda doğal olarak bunu pas geçecektir. Çünkü ulusal basın kuruluşlarının belli bir yörenin gündemine yoğunlaşması olanaksızdır. Yöre insanı ise yaşadığı mahalde gündemden haberdar olmak isteyecek ve bunu önemseyecektir. Yerel basın, tam da bu esnada devreye girmekte ve boşluğu doldurmaktadır. Bilgilendirme ve haberdar etme konusunda yerel basının başka faydaları da bulunmaktadır. Yöre insanının günlük yaşamda kullanabilecekleri, basit bile olsa, kimi durumlarda gerekli olabilecek bilgiler vererek günlük yaşamı pratikleştirmek de yerel basına vazifedir (Ozan, 2004: 959).

Diğer taraftan, tıpkı ulusal basın gibi yerel basının da bir diğer önemli işlevi kültür aktarımıdır. Sürekli gelişen, yenilenen ve küçülen bir dünyada, bir kültürün başka bir kültüre sızması ve kültürlerin birbirlerinden etkilenmemesi imkânsız hale gelmiştir. Küreselleşmeyle birlikte unutulma tehlikesi ile karşı karşıya kalan yerel değerlerin daha titiz bir biçimde korunması, yaşatılması ve kuşaktan kuşağa aktarılmasında yerel basın oldukça mahirdir.

Nail Güreli, yerel basının önemine dair şunları söylemektedir (Güreli, 1997: 10):

“... Güçlü bir yerel basın çok sesliliğin güvencesi olur, bir başka deyişle tekelciliğin panzehiridir. Demokrasinin yerel birimlerde yerleşip yaygınlaşmasında, kökleşmesinde yerel basına önemli görevler düşüyor. Demokrasinin yerel birimlerde özümseyip, sindirilip yaşama geçirilmesi ülkedeki demokratik rejimi besleyecek, yönlendirecek ve koruyacak sağlıklı bir etkidir”.

2.2. Yerel Basının Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi

Osmanlı İmparatorluğu’nda eyalet sisteminin terk edilip vilayet sistemine geçilmesi 7 Kasım 1864’de çıkarılan Vilayet Nizamnamesi ile olmuştur. Çıkarılan nizamname ile Rusçuk, Vidin ve Niş eyaletleri birleştirilerek “Tuna Vilayeti” adı altında yeni bir vilayet teşkil edilmiş ve Devlet-i Aliye’nin ilk vilayeti olan bu bölgeye Mithat Paşa vali olarak tayin edilmiştir. Nizamname ile vilayet, kaza, sancak (liva) ve köy idaresi ayrıntıları ile belirtilmiş ve en büyük yönetim birimi vilayet olarak tanımlanmıştır. Vilayetler ise daha küçük yönetim birimlerine (sancak, kaza, nahiye) ayrılmıştır. Pilot bölge olarak seçilen Tuna’nın ardından ikinci uygulama Bosna Vilayeti olmuştur. Ardından üçüncüsü Edirne Vilayeti, dördüncüsü Halep Vilayeti, beşincisi Suriye Vilayeti, altıncı Trablusgarp ve yedinci ise Erzurum Vilayeti olmuştur (Kılıç, 2005: 103-104).

Vilayet Nizamnamesi, Osmanlı’nın Avrupa topraklarında 10 vilayet ve 44 sancakta, Asya topraklarında 26 vilayet ve 74 sancakta, Afrika topraklarında 1 vilayet ve 5 sancakta tatbik edilmiştir. Yemen-Hicaz bölgesi, İstanbul, Bosna ve Girit gibi yerler ise uygulamanın dışında kalmıştır. Tuna vilayet modelinin diğer vilayetlerde tatbikine ise 1867 yılından itibaren başlamıştır. Sistem, 1871 yılında yeniden düzenlenmiştir. Fransız idare sisteminden devşirilerek uygulamaya sokulan bu sistem ile ülke toprakları 38 vilayete ayrılmıştır (Sunay, 2008: 52-53).

Osmanlı yönetim yapısına vilayet sistemi getirilince, her vilayetin kırtasiye gereksinimlerini karşılamak amacıyla bir de basımevi kurulması öngörülmüştür. Bununla birlikte, bu basımevlerinde resmi yayınlar haricinde özel kişilerin de istifade etmesine izin verilmiş; neticede bir yandan salnameler (yıllıklar), takvimler gibi kurumsal eserler basılırken öbür yandan vilayet gazeteleri de basılmıştır (Girgin, 2001: 85). Bu vilayet gazetelerinin çoğu haftalık olarak ve 2 ile 4 sayfa arasında yayınlanmış,

resim ve karikatüre yer verilmemiş, bazıları da halkın okuması amacıyla şehirlerde duvarlara asılmıştır (Kabacalı, 2000: 89).

İmparatorluk sınırları dâhilinde bölgesel ölçekte çıkan ilk gazete, Mithat Paşa'nın Rusçuk'ta vali olarak bulunduğu sırada çıkardığı "Tuna" isimli gazetedir. İlk sayısı 3 Mart 1865 tarihinde Türkçe ve Bulgarca olarak iki dilde çıkan bu gazetenin her sayısı dört sayfa olup, sayfa boyutları 1 ve 8. sayılarda 37 cm. x 26 cm. ve her sayfa üç sütun üzerine dizilmiştir. 9. sayıdan itibaren ise sayfa boyutları 54 cm. x 36 cm. ve sütun sayısı ise dörde çıkmıştır. Gazetenin içeriği Havadis- i Hariciye (dış haberler), Havadis- i Dâhiliye (iç haberler) ve İlanat adı altında üç kümede toplanmıştır. Bu içerik daha sonra genişletilerek Mevadd-ı Umumiye, Mevadd- Hususiye, Havadis-i Hariciye ve İlanat diye dört başlık altında toplanmıştır. Beşinci sayıda abone sayısının 529 olduğunu haber veren Tuna gazetesinin abone sayısı zamanla artmış ve onuncu sayıda belirtildiği kadarıyla 1300'ü geçmiştir. Çalışanların sayısı da yıllar geçtikçe artmıştır. 1896'da gazete ve matbaada çalışanların sayısı 10 iken bu sayı 1874'de 17'ye, 1877'de 34'e çıkmıştır (Kocabaşoğlu, 1991: 143-144).

Ülkemizin doğusunun gazete ile tanışması 1867 yılında olmuştur. Anadolu'nun en eski vilayet gazetesi 1867'de Erzurum'da yayınlanan Envar-ı Şarkiyye'dir. Bu gazete o dönemde çıkan diğer vilayet gazeteleri gibi bir çeşit resmi gazetedir ve masrafları devlet tarafından karşılanmıştır. İlk başlarda bazı sayfaların Ermeni harfleriyle Türkçe olarak basıldığı gazete 30 x 40 ebadında ve dört sayfa olarak tanzim edilmiştir (Topuz, 2003: 382). Envar-ı Şarkiyye ile birlikte Anadolu basını hızlı bir gelişme göstermiştir, Öncülüğünü Envar-ı Şarkiyye'nin yaptığı yolda değişik fikirleri savunan pek çok gazete yayınlanmıştır. Gazetenin basıldığı matbaa makinesi bugün Erzurum'da Atatürk Evi Müzesi'nde sergilenmektedir.

O dönemde yayınlanan vilayet gazetelerinin bazılarının isimleri, kuruluş yerleri ve tarihleri şöyledir (Girgin, 2001: 86-87):

Tablo 1. 1865 - 1884 Yılları Arasında Yayınlanan Yerel Gazetelerden Bazıları

| İSİM | VİLAYET | TARİH | DİL |
|--------------|----------------|-------|-----------------|
| Şam | Suriye | 1865 | Türkçe-Bulgarca |
| Halep | Gadir el-Fırat | 2867 | Türkçe-Arapça |
| Edirne | Edirne | 1868 | Türkçe-Rumca |
| Hüdavendigâr | Bursa | 1869 | Türkçe-Ermenice |
| Diyarbakır | Diyarbakır | 1869 | Türkçe-Ermenice |
| Konya | Konya | 1869 | Türkçe-Rumca |
| Trabzon | Trabzon | 1869 | Türkçe-Rumca |
| Prizren | Prizren | 1871 | Türkçe-Sırpça |
| Kastamonu | Kastamonu | 1872 | Türkçe |
| Ankara | Ankara | 1874 | Türkçe |
| Sivas | Sivas | 1878 | Türkçe |
| Manastır | Manastır | 1884 | Türkçe |

Günümüze kadar yayın hayatını sürdürmeyi başarmış yerel gazetelerin en eskileri ise 1895 yılında kurulan Yeni Asır ve 1918 tarihli Yeni Adana gazetesidir. Yine, Antalya (1922), Yeşilyurt (Trakya / 1925), Yeşil Giresun (1925) gibi gazeteler de mazisi oldukça eski olan yerel gazetelerdir (Topuz, 2003: 383).

Yerel basın, Türk basın tarihine damga vurduğu yıllar ise milli mücadele dönemleridir. Anadolu basını, Milli Mücadele yıllarında bütün bir ülkeyi örgütlemiş ve savaşın kazanılmasında silahlı mücadele kadar yararlılık göstermiştir. İstanbul'un işgal altında olduğu ve İstanbul gazetelerinin sansürle boğuştuğu yıllarda Anadolu basını var gücüyle ulusal direnişi örgütlemiştir. Bu nedenle Mustafa Kemal Atatürk tarafından "Gazi Basın" olarak taltif edilmiştir.

Hâkimiyet-i Milliye (Ankara), İrade-i Milliye (Sivas), Hukuk-u Beşer (İzmir), Öğüt (Afyon), Ses (Balıkesir), Yeni Adana (Adana), Babalık (Konya), İstikbal (Trabzon), Anadolu (Antalya), Albayrak (Erzurum) gibi gazeteler Kuvay-ı Milliye yanlısı bir politika izlemişlerdir. Milli Mücadele'ye karşı olan gazeteler ise; İrşad (Balıkesir), Köylü (İzmir), Ferda (Adana), Hatif (Eskişehir), Selamet (Trabzon) vs... (İnuğur, 1993: 352-362).

Ulusal direnişe karşı olan gazeteler büyük ölçüde azınlıklar tarafından çıkarılmıştır. Kurtuluş yanlısı gazetelerin tek bir amaç için birleşmesiyle sesleri kesilmiş, Büyük Taarruz'un ardından da Kuvay-i Milliye karşıtı Türkçe basın

susturulmuştur. Böylelikle tek sesli, tek dilli basın ortamı sağlanmıştır (Girgin, 2001: 112).

Atilla Girgin (1997: 35), 1919 Mayıs'ı ile 1938 yılının sonu arasında ülke topraklarında 582 gazete yayımlandığını; bu gazetelerin 176'sının İstanbul'da, 406'sının ise taşrada çıkarıldığını aktarmaktadır. Taşra gazetelerinin 54'ü İzmir'de, 28'i Trabzon'da, 27'si Adana'da, 25'i Ankara'da, 24'ü Bursa'da, 16'sı Samsun'da, 13'ü Eskişehir'de, 12'si Kastamonu'da ve 11'i de Gaziantep'te yayımlanmıştır. 11 vilayette 1'er gazete çıkarılmış, 10 vilayet ise gazete yayınlamamıştır.

Döneme yerel basın açısından baktığımızda, yaşanan en önemli gelişmelerden birinin Anadolu Ajansı'nın kurulması olduğunu görürüz. 6 Nisan 1920'de kurulan ajans, Kurtuluş Savaşı sırasında Anadolu ile irtibatı sağlamış ve bazı yabancı gazeteler ile teslimiyetçi İstanbul gazetelerine karşı propaganda yapmıştır. Cumhuriyet döneminde ise devrimlere tanıklık ederek yeni hükümetin sesi olmuştur. Anadolu Ajansı bugün bile yerel basının en önemli haber kaynağı olarak görülmektedir.⁶

Tek parti rejiminin otoriter uygulamalarından Anadolu basını da nasibini almıştır. Takrir-i Sükûn'un kısıcına giren dönemin basını, ulusal-yerel ayrımı yapmayan İstiklal Mahkemeleri'nin hışmına uğramıştır. Yasal düzenlemeler de basının yaşam alanını daraltmıştır. 1931 Matbuat Kanunu'nun ünlü 50. Maddesi bütün bir basını gerektiğinde sustururken mülki amirlere gazete kapatma yetkisi veren 18. maddesi de Anadolu gazetelerini sindirmiştir (Arabacı, 2008: 81-82).

Dönemin yerel basını olumsuz olarak etkileyen bir başka gelişme ise Harf Devrimi'dir. Latin harflerine geçiş İstanbul ve Ankara'da olmasa bile Arap-Osmanlı harfleriyle okuyup yazan Anadolu insanı için sıkıntı teşkil etmiş ve yerelde çıkan birçok gazete okursuzluk nedeniyle kapanmıştır.

Cumhuriyet döneminde, ulusal basın gibi yerel basın da cumhuriyetin ve devrimlerinin savunuculuğunu yapmış, değişiminin halka benimsetilmesini yapacak bir propaganda mecrasına itilmiştir.

DP'nin Anadolu'da güçlü bir şekilde örgütlenmesi ve parti kadrolarının bunun için basını kullanması, yeni bir yerel gazetecilik olgusunu da beraberinde getirmiştir. Parti gazeteciliği de diyebileceğimiz bu furya ile niyeti haber vermek değil, DP'nin bülteni olmak ve Menderes'i desteklemek olan birçok gazete çıkarılmıştır. DP'nin de

⁶ <http://www.aa.com.tr/tarihce/> 15.12.11

desteğiyle yerel ölçekte yayın yapan gazete sayısı bir hayli artmış, hemen her şehir ve kasabada *Demokrat*, *Öz Demokrat* isminde gazeteler çıkmıştır (Koyukan, 1995: 167).

1960 müdahalesinden sonra, yerel basını ilgilendiren en önemli gelişme 2 Ocak 1961’de kabul edilen “195 Sayılı Basın İlan Kurumu’nun Teşkiline Dair Kanun” un yürürlüğe girmesidir. Basın İlan Kurumu’nun kurulmasıyla resmi ilanların belirli ölçütler göz önünde bulundurularak ve eşit biçimde dağıtılması sağlanmıştır. Yerel basın da ciddi bir mali kaynağa kavuşmuş ve resmi ilan alabilecek kadar dayanabilen gazeteler batmaktan kurtulmuştur (Ayhan ve Demirsoy, 2005: 133). Resmi ilanların cazibesıyla, bu yıllarda Anadolu’da tıpkı II. Meşrutiyet’te olduğu gibi bir yayın bolluğu yaşanmıştır. 1964 yılında, sadece Ankara’da çıkarılırken günlük gazete sayısı 34’e ulaşırken 66 il ve 138 ilçede çıkan günlük gazete sayısı 322’yi, haftalık gazete sayısı ise 205’i bulmuştur (Koyukan, 1995: 169). 1961’de resmi ilanlar konusunda yeni bir düzenleme yapılırken ilan hakkı olan gazetelerin sayısı 1962 ile 1970 yıllarında 160-200 arasında değişmiş, 1974’e gelindiğinde ise 214’e çıkmıştır. Yerel gazete sayısı da artarak 1970’de 1100’e, 1975’de 2600’e kadar çıkmıştır (Şeker, 2005. 103).

Niceldeki bu artış ne yazık ki, içeriğe yansımamış ve 1970’li yıllardan itibaren Anadolu basını çöküş dönemine girmiştir. Bu yıllarda ulusal basın taşraya hitap eden ekler çıkarmaya başlamıştır. “*Bol kadın fotoğraflı ve sansasyonel haberlerle dolu*” yaygın basının, bölge ekleri çıkarmasıyla yerel basın çekiciliğini büyük oranda yitirmiştir (Erdoğan, 2007: 38).

Yerel basının çöküşünü hızlandıran bir başka etmen ise yaygın basının taşrada yeni matbaalar kurmasıdır. 1950’lerin sonunda, ulusal basının, Anadolu’nun gazete gereksinimini karşılamak için taşıma araçlarını kullanmaktan vazgeçmesi ve 60’lı yıllardan itibaren İstanbul dışında matbaalar kurması da olumsuz bir gelişmedir⁷. Daha hızlı, daha güvenli ve daha ekonomik olan bu sistemle ulusal basın Anadolu’ya da hâkim olmuştur. Satın alınan veya kiralanın matbaaların sahipleri, ya kendi çıkardıkları gazetelerden vazgeçmiş ya da daha ucuz yayın basma yoluna gitmişlerdir ki; bu durum özensizlik ve ciddiyetsizliği arttırmıştır.

Ofsete geçişle birlikte Türk basını teknolojik bir dönüşüm yaşamış, bu değişim 80’lerde iyiden iyiye hissedilirken, yerel basın, kısıtlı imkânları nedeniyle bu dönüşüme

⁷ 50’li yıllarda Anadolu’ya gazeteler kamyonlar aracılığıyla gönderilmekteydi. Ancak kazalara ve arızalar gibi aksaklıklardan dolayı taşımacılık terk edilmiş ve yeni matbaalar kurulmuştur. Uygulamayı ilk olarak Akşam gazetesi denemiş ve 1962’de Güneş Matbaacılık ile anlaşarak Ankara baskısını başlatmıştır. İlerleyen yıllarda İzmir, Adana ve Erzurum illerinde matbaalar kurulmuştur. Ayrıntılı bilgi için bkz., Kabacalı, a.g.e.: 233.

kayıtsız kalmıştır. Bunun yerine, ulusal basının artık kullanmadığı modası geçmiş tipo ve dizgi makinelerinin pazarı olmuş ve birçok kullanılmış makine Anadolu'da faaliyet gösteren matbaalara satılmıştır. Ofset teknolojisine geçmek için ise 1990'ların beklenmesi gerekecektir (Kabacalı, 2000: 233).

1990'lı yıllarda zirve yapan ve günümüzde de etkisini devam ettiren tekelleşme ile birlikte küçük ölçekli ve düşük bütçeli pek çok gazete büyük medya holdingleri tarafından satın alınmıştır. Bu durum yerel alanda da kendini göstermiştir. Yerel ölçekte güçlü olan taşra sermayesi, yerel basın-yayın organlarını bünyesine katmak ve bundan nemalanmak istemişlerdir.

2.3. Günümüzde Yerel Basın

Yerel basının günümüzdeki durumuna ilişkin sayısal veriler ortaya koymamız için TÜİK'in hazırladığı istatistik raporlarına göz atmamız yerinde olacaktır.

2006 yılında ülkemizde 4.643 gazete ve dergi yayımlanmış olup, bu yayımların % 42.9'unu gazeteler oluşturmaktadır. Gazetelerin % 92.8'i yerel, % 2.6'sı bölgesel ve % 4.6'sı ulusal ölçekli yayın yapmaktadır. 2006 yılında gazete ve dergilerin tirajı bir önceki yıla göre % 45.4 artmıştır. 4.643 gazete/derginin yıllık toplam tirajı 2 milyar 350 milyon 342 bin 564 olup, bunun % 95.3'ünü gazeteler oluşturmuştur. Yerel gazete ve dergilerin toplam tirajdaki oranı ise sadece % 12.1'dir⁸.

2007 yılında gazete ve dergilerin sayısı 2006'ya göre % 22.2 artmış ve 5.674 gazete ve dergi yayımlanmıştır. 2007 yılında yayımlanan gazetelerin % 91.6'sı yerel ölçeklidir. Yıllık tirajlar da % 5.1 artmıştır. 2007 yılında ülkemizde yayımlanan gazete ve dergilerin yıllık toplam tirajı 2 milyar 470 milyon 702 bin 599 olup, bunun yüzde 94.8'ini gazeteler oluşturmaktadır. Yerel gazetelerin toplam tirajdaki oranı ise bir miktar artarak % 14.1 olmuştur⁹.

2008 yılında gazete ve dergilerin sayısı % 0.2 azalmış ve toplam 5.665 gazete ve dergi yayımlanmıştır. Gazetelerin % 92.9'u yerel ölçeklidir ve 2.304 yerel gazete yayımlanmıştır. Yıllık toplam tiraj % 7.9 artarak 2 milyar 665 milyon 434 bin 454 olmuştur. Yerel gazete ve dergiler bu tirajın % 14.4'ünü oluşturmuştur¹⁰.

2009 yılına göre gazete ve dergilerin sayısı % 7.2 artmış ve 6.073 gazete ve dergi yayımlanmıştır. Gazetelerin % 90.9'u yerel ölçekte yayın yapmıştır. 2008'de

⁸ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=3914> 20.02.12

⁹ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=3918> 20.02.12

¹⁰ <http://www.haber7.com/haber/20090807/Turkiyenin-yazili-medya-istatistikleri.php> 20.02.12

2.304 olan yerel gazete sayısı 2009'da 2.368'e çıkmıştır. Toplam tiraj ise % 15 azalmış ve 2 milyar 266 milyon 917 bin 287 olmuştur. Bu tirajın % 94.4'ünü gazeteler oluşturmaktadır. Yıllık toplam tirajın % 15.5'i ise yerel gazete ve dergilerdir¹¹.

2010 yılında gazete ve dergilerin sayısı % 6.4 artmış ve 6.459 olmuştur. Gazetelerin % 90'ı yerel ölçekte yayın yapmıştır. 2010 yılında çıkarılan yerel gazete sayısı 2.501 olmuştur. Gazete ve dergilerin ise % 59.1'i yerel düzeydedir. Tiraj % 13.4 artmış ve 2 milyar 571 milyon 694 bin 304 olmuştur. Toplam tirajın % 94.6'sını gazeteler oluşturmuştur. Yıllık toplam tirajın % 16.6'sı ise yerel gazete ve dergilerdir¹².

2.4. Yerel Basının Sorunları

Ülkemizde yerel basının konumuna ilişkin tanımlamalar iki temel görüş esas alınarak yapılmaktadır. Daha karamsar ve olumsuz düşüncelere sahip olanlara göre yerel basın; masa başında ve "makaslama" yöntemi ile haber üreten, içeriği okuyucu tarafından pek fazla önemsenmeyen ve daha çok resmi ilan almak gayesiyle çıkarılan gazetelerdir. İkinci görüşü savunanlar ise daha insaflıdır ve yerel basını daha saygın bir konuma yerleştirmiştir. Bu görüşe göre yerel basın, Milli Mücadele yıllarından beri zor şartlar ve kısıtlı imkânlarla yayın yapmaya çalışan, ülke çıkarlarını kendi çıkarlarına üstün tutan gazete ve gazetecilerdir (Girgin, 1997: 39). Hangi pencereden bakarsak bakalım, her iki görüş de bizi, yerel basının aşılması gereken sorunları oluştuğuna taşıyacaktır.

Ülkemizde yerel basın, hem kendisinden kaynaklanan hem de ulusal basının sebep olduğu pek çok sorunla boğuşmak mecburiyetinde olduğu için yaygın basın karşısında bir hayli geridedir. Bu geri kalmışlığın nedenlerine genel olarak baktığımızda yerel basının teknolojik, ekonomik, etik ve mesleki pek çok sorunla karşı karşıya olduğunu söylemememiz mümkündür.

2.4.1. Teknolojik Yetersizlik

Anadolu basını, teknolojik yeniliklerden zamanında faydalanamamaktadır. Modası geçmiş bir teknoloji ile yapılan hizmet; tasarım, sayfa düzeni ve baskı kalitesi açısından düşünüldüğünde pek de kaliteli değildir ve doğal olarak okuyucunun ilgisini çekmemektedir. Bu sorunun temelinde maddi sıkıntılar ve sürekli yenilenen teknoloji

¹¹ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6330> 20.02.12

¹² <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=8594> 20.02.12

olsa da tek neden bu değildir. Gazete sahiplerinin bu işi babadan kalan bir miras ve sahip oldukları matbaaların yan ürünü olarak görmesi de (Bodur, 1997: 45) bu hizmetin profesyonel biçimde ve hevesle değil, babadan kalan bir alışkanlık sürsün ve itibar korunsun diye yapıldığının işaretidir.

2.4.2. İstihdam Sorunu ve Eğitim Eksikliği

İstihdam sorunu da maddi sıkıntıların getirdiği bir eksikliklerdir. Tirajı zaten düşük olan yerel basının istihdama yönelik iç açıcı bir girişimde bulunması mümkün değildir. Kaldı ki, bazı gazete sahipleri çalışanlarını genelde yakın çevresinden seçmektedir. Muhabirlik ve görüntü hizmetleri de, ya kadrolu fakat düşük ücretli çalışanlar ya da iletişim fakültesi öğrencilerinin stajyerlik çalışmalarıyla elde edilmektedir. Şeker tarafından 10 ilin yerel basını üzerinde yapılan çalışmada İzmir ve Bursa illeri hariç, yerel basının, ihtiyaç duyduğundan daha az personelle çalıştığı ortaya konulmuştur (Şeker, 2007: 318).

Eğitim sorunu ise, mesleğe girişte, alanda eğitim görmüş olmanın bir ön şart olarak kabul edilmeyişi, hatta ilköğretimden üniversiteye kadar farklı düzeyde eğitim görmüş kişilerin sektörde çalışıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Gazeteciliğin herkese açık bir meslek olarak kabul edilmesi, bu mesleği yapanların ortak bir eğitim standardının olmamasına yol açmaktadır. Bunun yanı sıra, çalışanların çoğu meslek için gerekli olan eğitimi sektöre girmeden değil sektörde çalışırken almaktadır (Altun, 2005: 76-77). Bu durum ulusal ölçekli basın kuruluşlarında telafi edilebilir bir eksiklik olsa da, yerel ölçekte mümkün değildir.

“Hiçbir altyapı yok, hiçbir eğitim yok, pat diye kendini bu ortamın içinde buluyor ve işe yanlış ve hatalarla başlıyor; işi yanlış ve hatalı öğreniyor. Bunun ardından ne geliyor biliyor musunuz? Çok acı örnekler geliyor, mesela genç bir arkadaşımız başka bir Belediye Başkanı'na gidip “Gaziantep'in altyapısı içi ne düşünüyorsunuz?” diyebiliyor. Ya da bir başkası, bir şehrin ticaret odası başkanına “Irak'a uygulanan ambargoyu ne zaman kaldıracaksınız?” diyebiliyor. Meslek, çeşitli kesimlerdeki yöneticiler ve siyasiler tarafından alay konusu haline geliyor. İşin kötü yanı, politikacılar da yöneticiler de bu ortamdan ve durumdan büyük keyif alıyor. ... Çünkü basın ne kadar aciz görünümlü, ne kadar bilinçsiz, ne kadar beceriksiz olursa, bu durumun kendisinin yararına olduğu yanılığısına düşüyorlar... (Balçioğlu, 1999: 185).

2.4.3. Etik Sorunlar

Yerel basının etik sorunları hem yerel basının kendisini hem de ulusal basını ilgilendirmektedir. Ulusal basın açısından baktığımızda şu sıkıntılar göze çarpar:

2.4.3.1. Bölge Ekleri

İstanbul merkezli gazetelerin hazırladıkları bölge ekleri, yerel basının gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Oysaki güçlü bir yerel basın çok sesliliğin teminatıdır ancak ulusal basının, daha çok satmak adına uyguladığı bu girişim hem tekelleşmeye yol açmakta, hem de çok sesliliği büyük ölçüde sınırlandırmaktadır (Yılmaz, 2009: 138).

“Yerel basın, yaygın basının Türkiye genelinde yoğun bir şekilde dağıtılmadığı 1970'lere kadar kimi zaman etkin birer baskı unsuruydu, halkla bütünleşmişti ve yurttaşların haber almada birinci kaynağı durumundaydı. Bol kadın fotoğraflı ve sansasyonel haberlerle dolu yaygın basının Anadolu'nun hemen her yerine ulaşmasına giden ve ardından bölge ve yerel ekler çıkartmaya giden gelişim sürecinde, ilkel yöntemlerle ve gelişmemiş profesyonellikle çalışan yerel basın okuyucular tarafından unutuldu. Bu yapıda, aynı zamanda, yerel gazetecilik yapan birinin kendi kentindeki prestiji, yaygın bir gazetenin muhabirinki yanında ortadan kalktı. Bu gelişme 1970 ve 1980'lerde yerel gazetelerin giderek kapanması sonucunu da çıkartmıştır. Pazarda kalma çabası yerel gazeteleri yeni ve bazen de kendileri ve okuyucuları için faydalı olamayan ilişkisel ve üretim stratejileri kullanmaya götürmüştür” (Erdoğan, 2007: 38-39)¹³.

2.4.3.2. Haber Hırsızlığı

Yerel basının bin bir zahmetle hazırlayıp sunduğu haberler, gerek diğer yerel basın organları ve gerekse ulusal basın tarafından izinsiz olarak ve kaynak belirtilmeden yayınlanmaktadır. Bunun da ötesinde bu alıntılar için çoğunlukla herhangi bir telif hakkı ödenmemektedir. Bu durum, basın etiğine yakışmayan bir davranış olduğu kadar insan emeğinin çiğnenmesidir.

¹³ <http://www.irfanerdogan.com/kitaplar/gaztclk2007book.pdf> 04.01.12

2.4.3.3. Resmi İlan Pastası

Resmi ilanların dağıtımı, Basın İlan Kurumu'nun şubesi bulunan yerlerde bu şubeler aracılığıyla; diğer yerlerde ise valilikler tarafından taksim edilir. Yerel basının etik sorunu da bu noktada başlamaktadır. Resmi ilanlardan pay kapmak gayesi ile yerel yönetimlerle iyi geçinmek durumunda kalan kuruluş da tarafsızlığını yitirmekte ve önceliklerini yörenin önceliklerine göre değil kendi menfaatlerine göre belirlemektedir.

2.4.3.4. Asli Vazifesinden Uzaklaşma

Yerel basın, yerelde faaliyet gösteren sermaye sahiplerinin kendilerini tanıtmaları için biçilmiş kaftandır. Sermayedarların, kendi reklamlarını yapmak gayesiyle gazete çıkarmaları ve mesleği ikinci plana atmaları yerel basının saygınlığına gölge düşürmektedir. Diğer taraftan, yerel siyasetin en kolay ve en etkili ifade aracı olan yerel basın bölge siyasetçilerinin propaganda makinesi olarak kullanılmaktadır. Bu durum seçim dönemlerinde daha belirgindir. Öyle ki; sadece seçim zamanı çıkarılan ve kısa bir süre sonra kapatılan gazetelere Anadolu'da sıkça rastlanmaktadır (Yılmaz, 2009: 140). Bu durum da yerel basını asıl vazifesini yapmasını engellemekte, yöre siyasetçilerinin oyuncak askerine dönüşen ve bu şekilde yaftalanan basın güvenilirliğini kaybetmektedir.

2.4.4. İlgisizlik ve Hoşgörüsüzlük

Anadolu insanının gören gözü, işiten kulağı olan yerel basın ne yazık ki üvey evlat muamelesi görmüştür. 1920 yılında kurulan Matbuat Umum Müdürlüğü bile yerel basını 1971 yılında hatırlayabilmiş ve genel müdürlük bünyesinde Anadolu Basını Şube Müdürlüğü kurulmuştur (Girgin, 2001: 175).

Siyasetin yerel basına karşı duyarsızlığı, ne yazık ki, yalnızca seçim dönemlerinde ortadan kalkmaktadır. Sorunları çözmeye talip olanların seçimden seçime hatırladığı Anadolu basını, seçim bitince sorunları ile baş başa kalmakta ve kaderine terk edilmektedir.

Yerel basına karşı ilgisiz olan kesim sadece siyasiler değildir. Toplum da, yerel ölçekli basın kuruluşlarının öneminden ve yöreyi temsil kabiliyetinden habersizdir. Ancak bu noktada toplumu tek suçlu olarak ilan etmek haksızlık olur. Kalitesiz baskı; lüzumlu telefonlar, ilginç bilgiler köşesi, uçuş saatleri, hava durumu gibi ilgi çekmeyen

bilgilerle doldurulan şişirme sayfalar, suya sabuna dokunmayan köşe yazıları gibi faktörler de bu duyarsızlığın nedenleri arasında sayılmalıdır.

Bir diğer husus ise, halkın yöre basınına yaklaşım tarzıdır. Yöre insanı, bu kuruluşlarda çalışanlara çoğu kez hoşgörüsüz davranmakta ve yaygın basın muhabirlerine gösterdiği ilgiyi yerel muhabire göstermemektedir ki, bu durum yerel basının işini yapmasına engel teşkil etmekle birlikte şevk kırıcı da olabilmektedir.

2.4.5. Maddi Sıkıntılar

Yerel basının pek çok konuda sıkıntı çekmesinin belki de baş müsebbibi ekonomik darboğazdır. Şöyle ki;

Yerel gazetelerin gelir kalemleri sayıca çok azdır ve pastanın büyük dilimini resmi ilanlar oluşturmaktadır. Onun dışında kalan getiriler ise çok fazla destekleyici olamamaktadır. Verim alınamayan bayilik sistemi, hatır ve ricayla alınan abonelik ve reklamlar, bedeli düşük ilanlar (kayıp ilanları vs...) ekonomik açmazı giderecek düzeyde değildir. Ekonomik koşulların dayattığı ve belirlediği bu durum, yerel ölçekli kuruluşların profesyonelleşmesinin önünde bir engel teşkil etmektedir. Bir başka ifadeyle kendi kendini çevirecek bir mali kaynağa ulaşamayan gazeteler yan bir iş olarak kalmakta veya başka işlerle desteklenmektedirler (Birsen, 2010: 9). Bu haldeki bir yapıdan saydığımız bütün bu sıkıntıları gidermesini beklemek pek de rasyonel olmayacaktır. Birsen, Eskişehir yerel basını üzerinde yaptığı çalışmada, şehrin gazete yöneticileri tarafından dile getirilen en büyük sorunun ekonomik sıkıntılar olduğunu ve diğer tüm sıkıntıların ekonomik sıkıntılardan kaynaklandığını gözlemlemiştir (Birsen, 2011: 139).

Bütün bu açıklamalardan hareketle yerel basın hakkında şu tespitleri yapmamız mümkündür (Girgin, 2001: 181):

- Yerel gazetecilik, matbaacılıkla paralel bir seyir izlemektedir ve yerel gazete sahiplerinin birçoğu matbaacılıktan gelmektedir. Bu nedenle yerel gazete çıkarmak bir ek iş olarak görülmektedir.
- Birçok yerel gazete, babadan devralınan bir miras olarak görülmektedir.
- Güçlü bir sermayeye yaslanmadan çıkarılan gazeteler birçok sıkıntı ile boğuşmaktadır.
- Bir kısım gazetelerin çıkarılma sebebi gazetecilik yapmak değil, resmi ilan pastasından pay kapmaktır.

- Genel olarak baktığımızda, ülkemizdeki yerel basın birçok yönüyle çağın gerisinde kalmış bir yapıdadır.

Saydığımız bütün bu sıkıntıları özetleyen bir yazı Taha Kıvanç tarafından kaleme alınmıştır. Kıvanç, Almanya'daki yerel basının durumundan örnekler vermiş ve bizi, ülkemizdeki yerel basının içler acısı halini düşünmeye sevk etmiştir.

“Almanya, tıpkı ABD gibi yerel basın cenneti, her eyalette çıkan bayağı güçlü yerel gazeteler var. İtibarlı muhafazakâr gazete ‘Die Welt’ Almanya’nın her yerine dağıtıldığı halde, iyi günde 240 bin adet satıyor; nüfusu 2 milyonu ancak bulan Brandenburg eyaletinde çıkan üç yerel gazetenin toplam satışı ise 520 bini buluyor. Aynı eyalette ulusal gazeteler 100 bin rakamını yakalayamıyorlar.

... Markische Allgemeine Zeitung' (MAZ) Doğu Almanya varken de ülkenin en büyük yerel gazetesiymiş, şimdi de aynı özelliğini koruyor. Almanya’ da gazeteler abone sistemiyle satılıyor. 210 bin tirajlı MAZ’ın da satışının % 90’ ı abonelere... Abonelik babadan oğula geçen bir gelenek. Burada promosyon yok, tek istisna en az bir yıl abone olacak birini gazeteyle tanıştıran verilecek hediye. Gazeteyi bir yıl sürekli okuyanın tiryakileşip onu bir daha bırakmayacağı hesap ediliyor. MAZ’ın aylık abone ücreti 28 DM, buranın gelir seviyesine göre yüksek bir meblağ, ancak ulusal gazetelerin fiyatından biraz düşük tutulmuş.

... MAZ, son yıllarda 300 milyon DM masraf edilerek yepyeni tesislere ve altyapıya kavuşturulmuş; 65 milyon DM daha masraf edip baskı makinelerini bir kez daha yenileyeceklermiş... Sadece bir eyalete hitap etmesine rağmen, tam 16 kez kalıp değiştirilip yerelin yereli haberler de verilmeye çalışılıyor. Bunu sağlamak için de, bölgenin her tarafında 100 kadar muhabir ve temsilci bulunduruyorlar. MAZ’ın merkez kadrosu ise 50 kişi. Her yıl 80 ilâ 100 arasında genç gazeteci kapılarından giriyor, bunlardan yüksek eğitilmiş 10 kadarını stajyer kadroya alıp maaşa bağlıyorlarmış¹⁴.”

2.4.6. Geleneksel Habercilik Anlayışı

Yerel basının en büyük haber kaynağını valilik, belediye, kentin ileri gelen işverenleri, siyasi partilerin şubeleri, yerel güvenlik birimleri gibi ekonomik ve siyasal güç merkezleri oluşturmaktadır. Bu durum, yerel basının yaptığı haberciliği seçkinlere bağımlı bir habercilik haline getirmiştir. Yapılması gereken ise, tortulaşmış bu anlayışın terk edilip vatandaşa ve sorunlarına yeterince temsil şansı tanıyan dengeli bir habercilik olmalıdır. Bu temsilden kasıt, yerleşik habercilik pratiklerinde olduğu gibi sadece doğal felaket, şiddet, suç gibi olağanüstü durumlarda ortalama insanın haber öznesi veya

¹⁴ *Yerel Basın Deyince*, Yeni Şafak, 28 Mart 2000
<http://yenisafak.com.tr/arsiv/2000/mart/28/tkivanc.html> 25.12.11

kaynağı olması değildir. Aksine yerel basın, halkın, sorunlarını dile getirebilmesi için fırsatlar yaratmalıdır. Diğer yandan, söz konusu sorunların yalnızca duyurulması değil, çözüm önerilerinin geliştirilmesi de yerel basının hedefi olmalıdır (Cangöz, 2005. 112).

2.5. Yerel Basın ve Siyaset

Yerel basın, kamuoyunu şekillendirme görevini faaliyet gösterdiği yörenin kamuoyuna hitap ederek gerçekleştirmektedir. Çünkü yerel basın, ulusal kamuoyunu şekillendirme potansiyeline sahip değildir. Yerel bir gazete ya da televizyondan ulusal ölçekte bir kamuoyu oluşturması beklenmemelidir. Menzili ve kapasitesi düşünüldüğünde yerel basının hedef kitlesi yerel siyaset ve yerel siyasetin aktörleridir. Bu hedef kitle ise şunlardır (Vural, 1999: 111):

- *Aboneler ve gazeteyi satın alanlar.*
- *Yörede yaşayanlar.*
- *Valilik, Emniyet Müdürlüğü ve Belediye, Nüfus- Tapu-Vergi gibi kamu kurumları.*
- *Haber, araştırma ve yorum üretiminde rolü ya da aracılığı olan gruplar.*
- *Meslek örgütleri.*
- *Siyasi partiler, sendikalar, dernekler.*
- *Rekabette olduğu diğer yayın kuruluşları.*
- *Reklam verenler.*

Yalçın Akdoğan yerel siyaseti şu şekilde tanımlamaktadır (Akdoğan, 2008: 10):

“Yerel siyaset, şehir ölçeğinde faaliyet gösteren kişi, kurum ve kuruluşların, şehir ve şehir halkına ait sorun ve konuları ele alarak sürdürdükleri bir yerel iktidar mücadelesi; yerel düzeydeki kaynak ve imkânların kullanılarak, yerel ölçekteki vatandaşların mutluluk, refah ve adaletini sağlamak üzere yerel iktidar ve otorite üzerinden yerel toplumu idare etme sanatıdır.”

“Yerel iktidarın ana unsurları şunlardır: Birincisi merkezi yönetimin yerel temsilcilikleri (valilik, kaymakamlık, muhtarlık) ve il özel idaresi; ikincisi mahalli idare (belediye başkanlığı) ve belediye meclisi; üçüncüsü kamu kurumlarının taşra teşkilatları.”

“Yerel siyasetin özneleri ise partilerin şehir düzeyindeki teşkilat ve temsilcilikleri, il genel meclisi ve belediye meclis üyeleri, ulusal ölçekli sivil toplum kuruluşlarının yerel temsilcilikleri ve yerel düzeyli sivil örgütler, medya kuruluşlarının temsilcilikleri ve yerel medya grupları, yerelde bulunan kanat önderleri, sermaye ve sendika mensupları, eşraf, esnaf ve sanatkârlardır.”

Yerel basın ve siyaset arasındaki ilişki ile yerel basının yukarıda saydığımız sorunları arasında ciddi bir ilinti vardır ve ne yazık ki bu ilişki mevcut sıkıntıların bir yansıması şeklinde tezahür etmektedir. Yerel basının siyasetle ya da siyasetin yerel basınla olan etkileşiminde belirleyici olan etmenler sahiplik yapıları ve kurumsal çıkarlar, kişisel kaygılar, siyasal beklentiler ve siyasal baskılar gibi faktörlerdir.

2.5.1. Sahiplik Yapıları ve Kurumsal Çıkarlar

Yerel yayın kuruluşlarının sahiplik yapıları incelendiğinde, bu kuruluşların sahiplerinin farklı iş kollarında da faaliyet gösterdiği ve birden fazla ticari oluşuma sahip oldukları görülecektir. Durum böyle olunca, bu kuruluşların sahipleri, farklı iş kollarındaki faaliyetlerini istedikleri biçimde yürütebilmek için yörenin siyasi aktörleriyle ve yerel yönetimlerle iyi ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri korumak zorunda kalacaktır. Bu halde, kamunun yararı ortadan kalkacak, halkın yeterince bilgilendirilmesi ve taleplerin yerini bulması zorlaşacaktır (Nacaroğlu, 2009: 522).

2.5.2. Kişisel Çıkarlar

Mülkiyet yapıları ve kurumsal çıkarlar kadar kişisel beklentiler de bu ilişkiyi şekillendiren amillerden biridir. Yerel bir televizyon ya da gazete patronu, nasıl ki diğer ticari oluşumları zarar görmesin diye yerel siyasetçileri eleştirmekten çekiniyor ise çalışanlar da bu gibi beklentilerle olaya yaklaşabilmektedirler. Bir yayın yönetmeni ya da köşe yazarı, “*acaba milletvekili gün gelir tayin işimi halleder mi veya başkan bir yakınımı belediye alır mı*” düşüncesiyle siyaset konulu haber ve yazılarda daha temkinli davranabilmektedir. Bu konuda Akif Çarkçı şunları söylemektedir¹⁵:

“Toplumla yönetim arasında köprü işlevi gören yerel medya, belediyelerle ilişki içerisine girerken “belediyeden ne alırım” yerine “topluma ne verebilirim” anlayışı içinde olmalıdır. Siyasi parti teşkilat başkanları ile ilişki geliştiren yerel medya “başkandan bana ne damlar” yerine “başkan neler yapıyor” sorusunu sorarak bu soruya doğru cevaplar vermelidir”.

2.5.3. Ekonomik Kaygılar

Ekonomik kaygılar ise bir başka belirleyicidir ve bu belirleyicilik hem yerel basının kendisini hem de çalışanları ilgilendirmektedir. Ne yazık ki ülkemizde yerel

¹⁵ <http://www.milligazete.com.tr/makale/medya-ve-siyaset-iliskisi-nereye-gidiyor-136961.htm> 16.12.11

basının güçlü bir ekonomik gelir şebekesi yoktur. Hatır ve ricayla alınan fakat büyük bir katkısı olmayan reklam ve sponsorluklar, verim alınamayan abonelik sistemi dışında yerel basının en büyük gelir kalemi resmi ilanlardır. Resmi ilanlar ise, Basın İlan Kurumu'nun şubesi olmayan yerlerde valiliklerin imtiyazına verilmiştir. Bu durum bile, yerel basının, sorgulayıcılığını geri plana atması için yeterlidir. Öte yandan, ekonomik yetersizlikle boğuşan ve patrona bağımlı olan bir sistemin, patron ve ortakların siyasi görüşüne aykırı bir yayın politikası üretmesini beklemek pek de rasyonel bir düşünce olmayacaktır.

Ekonomik kaygılar konusunda madalyonun diğer yüzü çalışanları işaret etmektedir. Bir yerel kuruluştaki çalışan birinin, örneğin bir yayın yönetmeni ya da köşe yazarının, *“acaba patrona şikâyet edilir miyim veya vekil benim ipimi çeker mi”* endişesiyle yerel yönetimlere ve siyasi aktörlere ilişkin eleştirilerden kaçınması ülkemiz yerel basınında az rastlanır bir durum değildir.

2.5.4. Siyasal Beklentiler

Yerel gazete sahipleri, genellikle yerel siyasetle de ilgilidir ve yöre siyasetinde aktif bir biçimde rol alabilmektedir. Bir gazete patronu, aynı zamanda belediye meclis üyesi, il genel meclisi üyesi gibi siyasi faaliyetleri yürütebilmektedir. Bunun yanı sıra, belediye başkanlığı ve milletvekilliğine de aday olabilmektedir. Bu durum, yerel basının tarafsız ve kamu yararını güden bir yayıncılık anlayışı benimsemesinin önündeki en büyük engeldir. Siyasi gelecek peşinde koşan bir gazete veya televizyon sahibinin yayın organı elbette ki sahibinin sesi olacak ve adayın reklamını yapan bir broşürden öteye gidemeyecektir.

Yerel basın, yerel medyayla birlikte seçim dönemlerinde adayların ve partilerin, vatandaşı ikna etmek için kullandıkları en hızlı ve en etkili propaganda aracıdır ve siyaset kurumu bu potansiyeli yoğun olarak kullanmak istemektedir. Ekonomik sıkıntılarla boğuşmak durumunda olan yerel basın da, özellikle seçim dönemlerinde siyasi aktörler tarafından maddi olarak desteklenmektedir. Bunun sonucunda, tıpkı Abdülhamit döneminde olduğu gibi besleme bir basın ortaya çıkmaktadır ki, böylelikle yerel basın asli vazifesinden uzaklaşmakta, adayı ya da partiyi tanıtan bir bültene dönüşmektedir.

2.5.5. Siyasal Baskılar

Yerel basın ile siyaset arasındaki ilişkinin bir diğer belirleyicisi de siyasal baskılardır. Bilhassa belediye, valilik ve iktidar partisini konu edinen haberlerde, gazete yöneticileri veya çalışanlar, başkan, vali ve parti teşkilatı tarafından uyarılabilmektedir. Doğan ve Göker'in Elazığ yerel basını üzerinde yaptığı araştırmada, yerel medyada çalışanların % 90'ının görevlerini yaparken kent yöneticileri tarafından dolaylı ya da dolaysız bir baskıya maruz kaldıkları ortaya çıkmıştır (Doğan ve Göker, 2009: 546).

Sonuç olarak, yerel basın ile siyaset arasındaki ilişki tek taraflı bir bağımlılık değil karşılıklı bir pazarlıktır. Bu pazarlıktan en fazla memnun olan taraf ise siyasettir. Yerel basın ise memnun olmamakla birlikte kazançlıdır. Bu devinimde kaybeden ise halktır ve halk basın ile siyaset arasındaki kündelemeye sürekli olarak zemin kaybetmektedir.

Walter Bajohr¹⁶, demokrasinin; sorumluluğunun bilincinde olan, iyi eğitim almış, meslek ahlakına sahip ve şahsiyetli gazetecilere ihtiyacı olduğunu ifade etmektedir. Ona göre demokrasi, küçük çevrede öğrenilmektedir ve bunun vazgeçilmez şartı da özgür ve bağımsız bir yerel medyadır. Bu nedenle yerel gazetecilik, demokrasinin tesisi için çok önemlidir. Çünkü yerel gazeteciler, insanları harekete geçirmekte ve yakın çevrede olan biten hakkında haberler yaparak düşüncelerini sağlamaktadır. Bu ulvi vazifeyi yapacak bir yerel gazetecinin de iyi eğitim almış ve meslek ahlakına sahip olması gerekmektedir.

Sanırsanız ki hemfikir olduğumuz konu, Bajohr'un bu söylemlerinin ülkemiz yerel basını için geçerli olmadığıdır. Dediği gibi, demokrasinin kanıksanması küçük çevrede başlamaktadır ve bunun yegâne şartı da güçlü bir yerel basındır. Ancak ülkemizdeki duruma baktığımızda baştan kaybetmiş bir anlayışla karşı karşıya olduğumuzu kolayca müşahade etmemiz mümkündür. Önemsenmeyen, eğitimsiz, mali açıdan çıkmazda, teknik olarak çağın çok gerisinde kalmış ve yakasını siyasetin tehditkâr elleri ile kapitalizmin öğretücü çarklarına kaptırmış bir anlayış için Walter Bajohr'un temennileri tatlı bir hayalden öteye gitmeyecektir.

¹⁶ <http://www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/20bajohr.pdf> 25.12.11

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BASIN ETİĞİ VE TARAFSIZLIK İLKESİ

Günlük hayatta, tasvip etmediğimiz bir durum söz konusu olunca sık sık ‘hiç etik değil’ ifadesini kullanır ve yargılama yaparız. Peki, nedir bu etik? Neden ‘hiç ahlaki değil’ söylemini nadiren kullanırız da, kalıplaşmış bir deyiş olarak ‘etik’i tercih ederiz?

Sıklıkla karıştırdığımız etik ve ahlak kavramları her ne kadar birbirinin yerine kullanılıyorsa da bütünüyle aynı anlama gelmemektedir. Diğer taraftan, bahse konu iki kavram hakkında keskin çizgilerle bir ayırım yapmak da mümkün değildir. Bunun yerine her iki kavramın benzeşen ve ayrışan yanlarını tetkik etmek yerinde olacaktır.

3.1. Etik ve Ahlak

Etik, Yunanca kökenli bir terimdir. Türk Dil Kurumu etikle ilgili olarak “*a. Töre Bilimi b. Çeşitli meslek kolları arasında tarafların uyması veya kaçınması gereken davranışlar bütünü c. Etik Bilimi d. Ahlaki, ahlakla ilgili*” türünden tanımlamalar yapmıştır¹⁷.

Etik, ahlaki eylemlerin bilimi şeklinde tarif edilmektedir. Ahlaki eylemler ise bireyin kendi şahsına ve çevresine iyilikle ve doğru davranmasıdır. Orijini Eski Yunan olan bu terim, ahlaki olanın özünü ve temellerini araştırmakta ve ‘İyi’nin ne olduğu, insanın nasıl iyilikle davranabileceğini sorgulamaktadır (Bolay, 1996: 5).

Etik, doğru ve makbul olanın, iyinin ve buna benzer değerlerin bütün dünya tarafından tasdik edilmiş halidir. Bu anlamda etik, evrensel bir niteliğe sahiptir ve toplumdan topluma ve zamana göre değişmeyecek yorumlamaları içermektedir.

Etik, genel bir davranış standardı demek değildir. Toplumsal yaşam alanı içinde belirli bir mesleğin, kurumun veya özel bir durumun standardıdır. Genelden özele bir sıralama yaptığımızda meslek etiği, tıp etiği, spor etiği, askerlik etiği ve medya etiği gibi kavramlar karşımıza çıkacaktır.

Etik, bireyin nasıl doğru davranacağını, nerede doğru karar vereceğini öğrendiği bir alandır. Pieper’e göre etik bir pusuladır. Bilindiği gibi pusulalar yol tarif etmemekte, sadece varılacak yerin hangi yönde olduğunu göstermektedir. Kişinin pusulayı izleyip izlememesi özgür iradesine bağlıdır (Pieper, 1999: 98).

¹⁷ <http://tdkterim.gov.tr/bts/> 16.05.2011

TDK ahlakı, “bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda olduğu davranış biçimleri, toplu olarak yaşayan bireylerin uymak zorunda oldukları eylem ve davranış kurallarına verilen ad, bir kimsenin içinde yaşadığı çevrenin toplumsal törelerine uyma yetisi” gibi birbirine yakın ifadelerle tarif etmektedir¹⁸.

Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü’nde (Bolay, 1996: 4): “1. İnsan topluluklarınca zamanla benimsenen, fertlerin birbirleriyle, aile, toplum, devlet ve bütün insanlarla ilişkilerini düzenleyen kurallar, ilkeler ve inançlar bütünü 2. Kişiler ve gruplarca benimsenen eylem kurallarının tamamı.”

Dilimize Arapçadan geçen bu kavram, Arapça “alışkanlık, huy, adet” gibi anlamlara gelen “hulk” kelimesinin çoğuludur. Ahlak, bireyin toplum tarafından dışlanmamak için uymak durumunda olduğu kurallar manzumesi ve başkalarını eleştirmek ya da takdir etmek için başvurduğu kalıplardır (Uzun, 2007: 11).

Ahlak, etiğe nazaran daha yerel bir nitelik taşımaktadır. Etik, daha soyut, daha genel ve evrensel bir algılama iken ahlak, daha somut ve daha yereldir. Ahlak, kültürden kültüre ve zamana göre değişebilmektedir.

Ahlak, toplumların iyi ya da doğru kabul ettiği eylemlerin en üst sınırıdır. Bireyin sosyal statüsü ve mesleği gibi yaşamın belirleyici unsurlarından bağımsızdır ve yaşamın her anında insanların karşısına çıkabilmektedir.

Daha keskin bir ayırım yapmak istersek; ahlakı sosyoloji biliminin kendisi, etiği ise sosyoloji üzerinde düşünmek gibi bir benzetme ortaya atmamız mümkündür. Ahlak, inançlarımız ile eylemlerimizi yönlendiren iyi ile kötü betimlemeleri ve kavramlarıdır. Bir insanın belirli durumlarda ifade etmek istediği değerleri hayata geçirme biçimidir (Filiz: 2008: 42).

Bütün bu bilgiler ışığında etik ve ahlak arasındaki farkları şöyle sıralayabiliriz:

- Ahlak yapılması gereken, etik ise yapılması istenendir.
- Ahlak, sonradan edinilen bir kazanım değildir; insanın doğasında vardır; etik ise hangi davranışın iyi, hangi davranışın kötü olacağı ikileminde bir akıl yürütme sürecidir.
- Ahlak insanın nasıl davranması gerektiğini söyler, etik ise nasıl davranacağını öğretir.
- Ahlaki eylemlerin çiğnenmesinde toplumsal tepki daha serttir. Etik eylemlerin ise duruma göre bir esneklik payı vardır.

¹⁸ <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/> 17.12.2011

- Ahlak yaşamın her lahzasında önemlidir, etik ilkeler herhangi bir özel durum söz konusu olduğunda ortaya çıkmaktadır (Vural ve Coşkun, 2011: 69, Uzun; 2007: 12, Özgen, 2002: 40).

3.2. Basın Etiği

Tarihin her döneminde egemen kesimler, halkı etkilemek, kendi amaçları doğrultusunda yönlendirmek, egemenliklerini pekiştirmek ve kitleleri belli bir düşünceyle hipnotize etmek gayesiyle birtakım planlamalar yapmışlardır. Bazı dönemlerde din, bazı dönemlerde de siyaset ve ideoloji aracılığıyla yapılan planlamaların belki de en güçlü parçası kitle iletişim araçlarıdır (Güngör: 2011: 281).

Uzunca bir süre devletlerin esareti altında kalan basın da, otoriter rejimlerde iktidarların bağlayıcı telkinlerine maruz kalmış, sansür ve ağır yasal yaptırımlar ile manevra alanı daraltılmış ve sindirilmiştir. Kimi zaman, politik seçkinlerin sözcülüğünü yapmış; kimi zaman hâlihazırdaki siyasal yapıyı meşrulaştıran propaganda aracı olmuştur.

Ancak bu durum, liberalizm rüzgârlarının yerküre üzerinde esmeye başlaması ile birlikte değişmiştir. Önlenemez bir hızla dünyayı saran liberal dalga, yerleşik iktisadi, politik ve toplumsal yapıyı altüst etmiş; yerine bambaşka bir dünya oturtmuştur. Liberalizm rüzgârı, basını da, devletin bunaltıcı baskısından kurtararak toplumsal yaşamın ortasına savurmuştur ve basın, konumu ve işlevi itibariyle tam bir evrim yaşamıştır. Basının prangalardan kurtulup özgürleşmesi ile toplumsal alanda hareket sahası genişlemiş ve daha dinamik bir hale gelmiştir. Buna paralel biçimde daha aktif görevler üstlenirken, aynı zamanda itibarını da arttırmıştır. Sözcülüğün yerini özgürlük, propagandanın yerini çok seslilik almıştır.

Diğer taraftan, dünya siyasetinin ve ekonomisinin, liberalizm ile tanışmasıyla aktörler farklılaşmış ama senaryo değişmemiştir. Basın, iktidarların esaretinden kurtulmasına sevinirken dev holdingler tarafından kısıtlanmıştır. Süregelen zaman zarfında basın, önceliklerini hiçbir zaman kendisi belirlememiş ve üzerine biçilen kıyafeti -uysa da uymasa da- giymek zorunda bırakılmıştır. Bu durum, ciddi tartışmaları da beraberinde getirmiş ve basın etiği ile alakalı tartışmalar telaffuz edilmeye başlamıştır.

Devletin kamu hizmetlerinden elini çekmesi ve bu hizmetleri serbest pazarın acımasız rekabetine açması ile sağlık, eğitim, telekomünikasyon gibi hizmet sektörleri

gibi basın da bir zemin kayması yaşamıştır. İri bütçeler isteyen bu sektörün, dev holdinglerin çatısı altına girmesi ile medya endüstrisi; kamu yararı, toplumsal sorumluluk, toplumsal temsil ve idarenin denetimi gibi işlevlerini ikinci plana atmış; önceliklerini ticari bir işletmenin önceliklerine paralel biçimde belirlemiştir (Taş, 2010: 3).

Tek ya da az ortaklı kuruluşların hâkimiyeti altına giren medya, bu kuruluşların menfaatleri, ticari ve politik öncelikleri için kullanılmaya başlamıştır. Serbest piyasa, ümit edildiği gibi basını özgürleştirmemiş; aksine, tekelleşme neticesinde birkaç kişinin veya bir zümrenin tahakkümü altına sokmuştur. Hesap edilmeyen bu sorunun giderilmesi amacıyla sosyal sorumluluk kuramı ortaya atılmış ve bu kuram üzerinden çareler üretilmeye başlanmıştır (Demir, 2006: 33).

Sosyal sorumluluk kuramı, kökenleri Birleşik Devletler olan bir yaklaşımdır. 1947 yılında ABD’de kurulan Hutchins Komisyonu ve komisyonun yayınladığı “Özgür ve Sorumlu Basın” başlıklı raporda, basın üzerinden ticaret yapan işletmelerin toplumun gereksinimlerine yeterince yanıt veremediği, hatta toplum tarafından yadırganan ve eleştirilen bir hizmet sunduğu, bu yüzden basın çalışanlarının daha özenli bir tavır sergilemesi gerektiği üzerinde durulmuştur. Rapor, bu kuramın tüm dünyada tanınmasını ve basın etiği ile ilgili tartışmaların bu minval üzere gelişmesini sağlamıştır (Özgen, 2002: 112).

Bu kuramın olgunlaşması ise, “kitle iletişim araçlarına sahip olmak, yalnızca bir ticarethaneye sahip olmak anlamına gelmemelidir. Çünkü medya, kültür üreten bir endüstridir ve yapılan iş esasında bir kamu hizmetidir; dolayısıyla kamuya bu hizmeti sunanlar toplumsal sorumluluk konusunda gerekli hassasiyeti göstermek zorundadırlar“ önermesi üzerinden gerçekleşecektir.

Sosyal sorumluluk kuramının temel düsturları özetle şunlardır:

- Basının öncelikli görevi, haberi doğru şekilde ve kapsamlı olarak iletmektir.
- Haber aktarımı doğru, güvenilir ve dengeli olmak zorundadır.
- Haber ve yorum birbirine karıştırılmamalıdır ve nesnellik ulaştırılması gereken en yüce amaç olmalıdır.
- Gazeteler, bütün görüşlerin özgürce ifade edilebileceği bir alan açmalıdır.
- İşletme sahiplerinin onaylamadıkları bakış açılarına da korkusuzca yer verilmelidir.

- Basın, farklı toplumsal yapılara sahip katmanları da temsil edebilen bir resim çizmelidir.
- Basın, topluma karşı sorumlu olmalıdır (Evers, 2010: 51).

İşte basın etiği, böylesine hassas işlevleri bulunan kitle iletişim araçları üzerinden meslek icra edenlerin meslek etiği şeklinde yorumlanabilir ve bu yorumlamaya gazetelerde çalışanlar, radyo ve televizyon kuruluşlarında görev yapanlar kadar ürünleri medyada yer bulan reklamcılar, halkla ilişkiler uzmanları da dâhildir (Uzun, 2007: 17).

Basın etiği; kırıcı ve parçalayıcı olmadan temiz bir hizmet sunabilmek, farklı düşünsel yapıları temsil eden katmanları görmezden gelmemek, tarafsızlığın sınırlarını sonuna kadar zorlamak, dürüst, inanılır ve eşit bir hizmet sunarak itibar kaybetmemek adına meslek profesyonellerinin ürettiği ahlaki refleks ve vicdani ilkeler bütünüdür.

Basın etiği denilince akla gelen ve genel kabul görmüş ilkeler şunlardır (Avşar ve Demir, 2005: 55-62):

- a. Doğruluk-Dürüstlük Kuralı
- b. Tarafsız ve Objektif Olma Kuralı
- c. Haber ve Yorum Ayrımı Kuralı
- d. Meslek sırrı-Haber Kaynağına Saygı ve Sadakat Kuralı
- e. Mahremiyet ve Özel Hayatın Gizliliğine Saygı Kuralı
- f. Eleştiri Sınırını Aşmama-İftira, Hakaret, Kötüleme ve Mesnetsiz İddialardan Kaçınma Kuralı
- g. Cevap ve Düzeltme Hakkına Saygı Kuralı
- h. Kişisel Çıkarların ve Çek Defteri Gazeteciliğinin Reddi Kuralı
- i. Kurumsal Çıkarların Gerçeklerin Önüne Geçirilmemesi Kuralı
- j. Terörizm, Şiddet ve Pornografiye Karşı Tavr Alma Kuralı

3.2.1. Etik İlkelerin Gerekliği

Evrensel hukuk kurallarının güvence altına aldığı temel hakların dokunulmazlığı bile bir yere kadardır. İfade özgürlüğü kutsaldır ama bu özgürlük başkalarının kişilik hakkına zarar vermeye başladığı andan itibaren sınırlandırılır. Din ve vicdan hürriyeti kutsaldır ancak, başkalarının inancına saldırı mahiyetinde kullanılırsa birtakım kısıtlamalara maruz kalır. Aynı realite basın özgürlüğü için de geçerlidir. Basın

özgürlüğü, hiçbir ahlaki uyarıya ya da hukuki yaptırıma tabi tutulmayan, bir denetimsiz serbestlik şeklinde algılanmamalıdır. Özgür basın ile basın özgürlüğü kavramları birbirinden farklıdır ve bu nüans farkının iyi okunması gerekmektedir.

Demokratik toplumlarda gazeteciler, halkın bağımsız ve cesur temsilcileri olarak görülmektedir. Bundan dolayı basın; yasama, yürütme ve yargı organlarının yanına dördüncü kuvvet olarak oturtulur. Bir kamu hizmeti olarak görülen kitle iletişimi ve medya; hem toplumdaki güç alan, hem de topluma eğitim, bilgi ve düşünce pompalayan bir kaynaktır. Medyanın bu niteliği göz önüne alındığında, yazılı hukuk kurallarına gösterdiği hassasiyetin aynısını, söz konusu toplumsal ahlak kuralları olduğunda da göstermesi beklenmelidir (Cereci, 2003: 20-21).

Gazeteciliğin bir kamu denetçiliği, gazetecilerin de toplum menfaatini gözeten bir kamu denetçisi olduğu; bütün bunların ötesinde gazeteciliğin bir meslek olarak tarif edildiği düşünülürse ‘her mesleğin bir sorumluluğu vardır ve olmalıdır’ düsturu karşımıza çıkacaktır (Tokgöz, 2010: 126). Gazetecilik konusunda çalışmaları bulunan Andrew Belsey ve Ruth Chadwick de mesleklerin geleneksel anlamda bireysel uygulayıcı ile bireysel müşteri arasındaki güven ilişkisi olarak tanımlanabileceğini; gazetecilik mesleğinde de bu güvenin ‘kamu yararı’ temeline oturtulabileceğini ifade etmektedirler (Belsey ve Chadwick, 1998: 26).

Gazetelerin fikir üreten bir işletme olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu işletmenin ekonomik kaygılarının ve var olma endişesinin olacağını da kabul etmemiz gerekir. Bununla birlikte, üretilen ürünün kamuya hizmet amacı taşıması gerçeği de göz ardı edilmemelidir (Dündar, 2003: 194). Nasıl ki, bir tekstil firması defolu ürünlerini müşteriye beğendirmede zorluk çekerse; bir gazete de sunduğu haberin yalan, eksik veya kayırmacı olması durumunda okuyucuyu tatminde zorlanacaktır. Çünkü toplum, kendisine sunulan herhangi bir hizmetin kaliteli olmasını istemek lüksüne sahiptir.

Özgür bir basın, demokrasinin yardımcı elemanıdır. Cuilenburg, basının demokrasilerde üç işlevinin olduğunu söyler: Vatandaşları siyasal işleyiş hakkında bilgilendirerek enformasyon, iktidarın halkın problemleri hakkında uyararak ifade ve iktidarı denetleyerek eleştiri (Cuilenburg, 2010: 104). Dolayısıyla basın sektörüne dışarıdan yapılan baskı, telkin, zorlama gibi müdahalelerin, bu işlevlere sekte vurabileceği yadsınamaz bir gerçektir. Ancak; medya kurumlarının ve çalışanlarının faaliyetlerini hiçbir ahlaki süzgeçten geçirmeden gelişigüzel bir üslupla biçimlendirmesinin hem toplumsal sistem hem de meslek etiği açısından bir takım

zararlarının olacağı da aşikârdır. Zira basın, bireylerin karar verme sürecine müdahil olmakta, tutum ve kanaatlerine tesir etmekte, hayat tarzlarını biçimlendirmektedir. Bu nedenle, meslek uygulayıcıları da bu önemli yükümlülüğün bilincinde olmalı, topluma karşı sorumlu olduğunu hatırdan çıkarmayarak etiğe uygun davranmanın kutsallığına biat etmelidir. (Özkaya, 2003: 132).

3.2.2. Etik İlkelerin Kaynağı

Gazetecilik mesleğinin DNA'sı diğer mesleklerden biraz farklıdır. Gazeteciliğin başka hiçbir meslekte olmayan kendine has yanları vardır. Bir kere gazetecilik, insanoğlunun haber alma ihtiyacının bir sonucu olarak doğmuştur. Dolayısıyla, bu ihtiyacın giderilmesine set çekmek yasa koyucuların ve parlamentoların işine gelmemiştir. Bu ayrıcalıktan cesaret alan meslek uygulayıcıları da, kendilerine getirilen veya getirilmek istenen kısıtlamaları peşinen reddetmişlerdir. Öte yandan, meslekte yapılan yanlış uygulamaların cezası bizzat toplum tarafından verilmektedir. Tabi ki hukuk kuralları bağlayıcıdır ancak, bir medya çalışanı için izlenmemek/okunmamak, ilgiden mahrum kalmak ve popülerliğini yitirmek kanuni yaptırımlara oranla daha caydırıcı olmaktadır. Bu sebeple, medyada etik ilkelerin ortaya konulmasında yazılı hukuk normlarının da referans alınmasına karşın, bu ilkelerin ilham kaynağı ağırlıklı olarak vicdan ve insaf ölçüleri ile meslek profesyonellerinin potansiyel kaybetmemek adına ürettiği çözümler olmuştur.

Gazetecilik mesleğinin doğuşu, olgunlaşması ve zaman içinde nasıl bir manipüle aracı olduğunun keşfedilmesi ile beraber şahsi menfaatler, ticari çıkar kaygıları, tekelleşme, kamusal yararın ikinci plana atılması gibi problemler de baş göstermiştir. Sorunların çözümü için ilk önce yasal düzenlemelere atıf yapılmış fakat mevzuatın basın sektörü için fazla ağır gelmesi, mesleğin kendi bünyesinde etik kodlar geliştirilmesini zorunlu kılmıştır (Demir, 2006. 31).

Totaliter rejimleri saymazsak, hemen hemen her ülkede, sadece basına mahsus birtakım haklar verilmiş ve ayrıcalıklar tanınmıştır. Mesleğin uygulayıcıları bu hakları yitirmemek ve ayrıcalıkları korumak gayesiyle çeşitli savunma refleksleri geliştirmek durumunda kalmışlardır. Prestij ve saygınlıklarını sarsacak davranışların önüne geçmek, toplumun bu mesleğe verdiği fırsatları kötüye kullanmamak isteyen odaklara gözdağı vermek için birtakım çözümler üretmişlerdir.

Mesleki saygınlığın devamı için gerekli olan bu etik kodlar ise bir özdenetim üzerinden gelişmiştir. Basının kendi kendini denetlemesi de, hiçbir yasal yaptırımı ve zorlayıcı hükmü bulunmayan, sektör çalışanlarının ve temsilcilerinin ortak etik kodlar yelpazesi etrafında birleştiği; Basın Konseyi, Gazetecilik Konseyi, Şeref Divanı gibi isimlerle çalışmalarını yürüten, kararlarının yalnızca tavsiye ve basit önleyici tedbirler niteliğinin olduğu gönüllü kuruluşlar aracılığıyla ve yazılı hukuk kurallarına dayanan, kararlarının bağlayıcı vasfının olduğu kuruluşlar eliyle olmaktadır (Demir, 2006: 38-39).

Mesleki örgütlerin dışında, basının kendi kendini denetlemesine omuz veren başka denetim mekanizmaları da bulunmaktadır. Gazetecinin bireysel vicdanı, künyesi dâhilinde yer aldığı yayın organının belirlediği prensipler, uluslar arası arenada onay görmüş ilkeler, geçmişte yaşanmış etik ihlalleri ve toplumun bu ihlallere tepkisi, meslekte deneyimli gazetecilerin önemsenmesi gereken fikir ve görüşleri, çeşitli sivil toplum kuruluşları, hatta duyarlı bir yurttaş bile bu merkezlere örnek olarak gösterilebilir.

Medya Derneği'nin, uluslararası gazetecilik kuruluşu ICFJ (International Center for Journalists) ile ortaklaşa düzenlediği medya etiği kursunda bir röportaj veren deneyimli gazeteci Alper Görmüş, gazetecilik etiğinde insan faktörünü ve vicdanı anlatırken “*etik konusuna geliştirilen bütün teoriler, yazılıp çizilenler elbette çok önemli fakat bunlar madde ise vicdan ruhtur*” ifadelerini kullanmıştır¹⁹. Yeni Şafak gazetesi yazarı Tamer Korkmaz da iyi bir gazetecide bulunması gereken özellikleri sıralarken; meraklı olma, kuşkucu olma, araştırma ihtiyacına sahip olma, geniş bir arşiv oluşturma, çok iyi not tutma gibi teknik donanımların yanına hakkı arama ve hakkı teslim etme, meslek ahlakının kurallarını bilme ve bu kuralları hayata geçirme gibi değerleri eklemeyi ihmal etmemiştir.²⁰,

Öte yandan, tepkilerin gazetecinin vicdanında başlayıp bittiğini öne süren birey merkezci bu etik yaklaşımının sakıncası da yok değildir. Bireysel vicdan, gazetecilerin etik ilkelere uymasını teşvik etse de nüfuz alanı oldukça dardır. Öncelikle, gazeteci de neticede bir insandır ve etik kodları çiğnemesini, etik dışı davranışlara bulaşmasını kışkırtan etmenlere tek başına karşı koymasını ve her şeye rağmen erdemli davranmasını beklemek insafsız olacaktır. “*Birey etiği temelli yaklaşımda eylem ve*

¹⁹ <http://medyadernegi.org/roportaj-alper-gormus-ile-medya-etigi-uzerine> 18.05.11

²⁰ <http://www.cihandergi.com/detay.php?id=295&did=21> 18.05.11

yapılan eylemin sonuçlarından birey moral temelde sorumlu tutulmakta; birey etik refleksiyonlarının başlangıç ve sonuç noktası olarak görülmektedir. Bu kuramda gazetecinin bireysel etiği önemle vurgulanmakta, gazetecilerin gerilimlere tek başlarına dayanmaları beklenmektedir (Alver, 2007: 258). Etik-etik dışı ikileminde tercih yapmak durumunda kalan bir gazeteci, etikten yana tavır alırsa şımartılacak -ki kırmızı ışıkta zaten durması gereken bir sürücüyü, durduğu için takdir etmek ne kadar anlamlıdır- popüler olmanın vereceği geçici iştahla etik dışı davranış modunu seçerse kısa vadede alkışlanacak ama sonunda lanetlenecektir.

Etik ilkelerin ortaya çıkışının bir diğer kaynağı ise yayın organlarının saptadığı ve yazılı hale getirdiği kurallardır. Doğan Medya Grubu Yayın Konseyi'nin belirlediği meslek ilkeleri bu duruma örnek verilebilir. Meslekte tecrübesi ve saygınlığı olan uzman gazetecilerin görüşleri de bu açıdan önemlidir. Bu fikirler, yeni başlayan bir gazetecinin meslek yaşamına kılavuzluk edebilir.

Hıfzı Topuz'un bu konuda söyledikleri şunlardır (Bülbül, 2010: 110):

- Gazeteci kişisel çıkar peşinde koşmamalıdır.
- Yazı yoluyla iftira ve hakaretten kaçınmalıdır.
- Meslek sırlarını açıklamamalıdır.
- Kamu çıkarlarının gerektirmediği durumlarda kişilerin özel hayatına karışmamalıdır
- Haber alırken dürüst yollara başvurmalıdır.
- Haberlerin yanlış anlaşılmasına yol açabilecek kesintiler yapmamalıdır.
- Heyecanlı haber yaratabilmek için olayları sömürmemelidir.
- Açık saçık resim ve yazı kullanmamalıdır.
- Mesleki dayanışmaya saygı göstermelidir.
- Başkalarından haber ve yazı çalmamalıdır.
- Büyük kitlenin, çoğunluğun çıkarlarını savunmalı, sömürüye karşı koymalıdır.
- Dini duyguları sömürmemeli ve ırkçılık yapmamalıdır.
- Barışın ve özgürlüklerin teminine ve korunmasına gayret etmelidir.

Mesleğe saygınlık kazandırmak, meslek ahlakını muhafaza etmek ve devletin müdahalesini önlemek için gazetecilerin referans aldığı bir diğer başvuru kaynağı uluslar arası kurumlar ve bunların düzenlemeleridir. Bahse konu kuruluşların ortaya çıkışında temel kaynak şüphesiz 1948 yılında BM tarafından kabul edilen "İnsan

Hakları Evrensel Beyannamesi” olmuştur. İlerleyen süreçte, birden fazla ülkenin ortaklığında yeni kuruluşlar teşekkül etmiştir. Dünya Basın Konseyleri Birliği (WAPC) ve Avrupa Bağımsız Basın Konseyleri İttifakı (AIPCE), söz konusu kuruluşlardır. Türkiye, WAPC’nin kurucu üyesi olmakla birlikte AIPCE’ye üye değildir. Öte yandan; ülkelerin, Türkiye’deki Basın Konseyi benzeri kuruluşları ile bu kuruluşların, içeriği birbirine yakın düzenlemeleri de mevcuttur (Demir, 2006: 82-83).

3.3. Tarafsızlık İlkesi

Günlük yaşamda pek çok yerde karşımıza çıkan ve toplumun sosyal bir değer olarak kabul ettiği tarafsızlık, çatışma halindeki iki veya daha fazla fikir arasında tercih yapmamak, herhangi bir tavır destekleyerek üstün tutmamak ve eşit bir mesafede olmak anlamlarında kullanılmaktadır.

Tarafsızlık ilkesi, söz konusu basın etiği olunca en fazla tartışılan kavramların başında gelmektedir. Bu durumun nedeni kavramın kendisinin esnek, değişken ve yorumlanabilir bir içeriğe sahip olmasıdır. Tarafsızlık, genel kabul görmüş haber etiği ilkeleri arasındadır ancak diğer etik ilkelerin uygulanabilirliği konusunda iletişim çalışmalarında sağlanan fikir birliği, sıra tarafsızlığa gelince bozulmaktadır. Bu fikir ayrılığının temelinde bahse konu ilkenin tarifindeki yaklaşım farklılığı yatmaktadır.

Objektif haber verme anlayışı, 1861-1865 yılları arasında Amerikan İç Savaşı sırasında yapılan gazetecilik uygulamalarının bir sonucu olarak doğmuştur. Savaş esnasında telgraf hatlarının iyi çalışmaması ve ücretlerin pahalı oluşu, gazetecileri, haberleri aktarmak için yeni yöntem ve teknikler geliştirmeye itmiştir. Gazeteler ve haber ajansları hizmet götürmek amacıyla haberin özünü vermeyi ve olguları taraf tutmadan, dengeli biçimde nakletmeyi denemişlerdir. Bu durum, Amerikan gazeteciliğinin bir uygulaması olarak diğer ülkelerde de benimsenmiştir (Tokgöz, 2010: 380).

Haber çalışmaları açısından objektiflik 6 öğeden oluşur şeklinde bir anlayış, kısmen de olsa kabul görmektedir. Bu öğeler ise şunlardır (Tokgöz, 2010: 384):

- Bir sorunun farklı yönlerini sunarken dengeli ve tarafsız olma
- Haber yazarken kesinliğe ve realizme uyma
- Haberde tüm ana geçerli noktaları sunma
- Yorum ile olguları birbirinden ayırma, fakat fikri geçerli olarak kabul etme
- Yazarın kendi tutumu, yorumu ve katılımının etkisini azaltma

- Aykırı, yanlı olma ve hınç alma amaçlarından kaçınma

Bütün bu unsurların ışığında, tarafsızlıktan anlaşılması gereken ilkel ve modası geçmiş saf bir değer değil, “nesnellik” ve “dengelilik” kavramlarıdır.

3.3.1. Nesnellik ve Dengelilik

Nesnel kavramı TDK tarafından “1. Nesne ile ilgili, nesneye ilişkin, öznel karşıtı; 2. Gerçeğe varmak amacıyla, taraf tutmadan inceleme yapan, hüküm veren, objektif; 3. Bireyin kişisel görüşünden bağımsız olan” şeklinde tarif edilmektedir²¹. Nesnellik ise; “1. Nesnel olma, nesnelere göre davranma; 2. Öznenin kendi duygu, görüş ve önyargılarından uzakta kalarak ve herhangi başka bir etki altında da kalmaksızın bir nesneyi kavrama niteliği; 3. Nesnel olma veya nesnelere göre davranma durumu, afakilik, objektiflik” olarak tanımlanmaktadır²².

Nesnellik, habere ilişkin liberal anlayışın en çok atfı yaptığı tarafsızlık ilkesinin iki temel direğinden biri olan bir gazetecilik kodudur. Bu ilke, olguların yorumlardan ayrılabilmesini ve gazetecilerin kişisel duyguları, düşünceleri ve değer yargılarından sıyrılarak dış dünyaya ilişkin olaylara mesafeli durabileceği varsayımına dayanmaktadır (Çebi, 2002: 128). Nesnellik, gazetecilerin bir bilim adamı gibi davranmasını, olaylara öznellikten uzak bir bakış açısı geliştirmesini ve olayları aktarırken kendi öznelliklerini dışlayabilme yetilerini ifade eden pozitivist bir anlayışın ürünüdür. Buna göre, hem aktarılan haberin hem de haberi aktaran habercinin siyasal ve ideolojik yönden tarafsızlığı mümkündür ve tarafsızlık, haberde olay ve yorum arasına konulması gereken sınırdır. Tarafsız davranmayı amaç edinen gazeteciler, halkın gündeminde olan önemli konuları seçerek konunun temsil ettiği görüşleri ve konunun muhatabı olan kişilerin yaklaşımlarını nesnel bir şekilde okuyucuya aksettirmelidirler (Uzun, 2007: 32).

Bir olayın doğru ve yansız biçimde eleştirilmesi için ilk önce olayın her yönüyle gözden geçirilmesi gerekmektedir. Haber yazılırken doğrular ve gerçekler, söylentilerin önünde yer almalıdır ve haberi yapan gazeteci kendisini spekülasyonların içinde kaybetmemeli, var olanı ortaya koyarak yorum katmamalıdır. Nesnel habercilik, haberin taraf tutmadan ve dengeli biçimde verilmesidir. Okura belli bir düşüncenin mantıksal açıklamalarının sunulması yerine bakış açısının telkin edilmeye çalışılması, nesnellik

²¹ <http://tdkterim.gov.tr/bts/> 27.12.11

²² <http://tdkterim.gov.tr/bts/> 27.12.11

ölçütüne gölge düşüren bir yaklaşımdır. Nesnelliği belirlemek için olayın doğru ve kesin olarak iletilip iletilmediği, kişisel yargıların yansıtılıp yansıtılmadığı ve tarafsız kalınp kalınmadığı sorgulanmalıdır. Bu bağlamda nesnellikten anlaşılması gereken üç karakteristik bulunmaktadır (Alver, 2007: 278):

1. Yorum ile haberin birbirinden ayrılması
2. Haberin öznel değerlerden arındırılarak sunulması
3. Çatışmaya konu olan bütün tarafların temsil edilmesi için çaba sarf edilmesi

Nesnellik ilkesi, iletişim çalışmalarında ortak kabul edilen bir değer değildir ve ilkeye yönelik itirazların iki temel dayanağı vardır. Bunlardan ilki nesnellüğün mutlak anlamda mümkün olmadığı ve sadece bir 'mit'ten ibaret olduğu, diğeri ise nesnellüğün arzu edilen bir şey olmadığıdır (Çebi, 2002: 130). Nesnellüğün gerçek manada mümkün olamayacağını savunanların temel önermesi ise gazetecinin haberi aktarırken, farkında olmasa da, bu aktarım sürecine öznelliğini kattığı düşüncesidir. İnsan faktörünün içinde olduğu bir uygulamada, muhakkak ki, kişisel değerler de yer alacaktır düşüncesi bağlayıcı bir etkidir ve haber aktarımı inanç, ideoloji, kültür, dünya görüşü gibi öznel belirleyicilerden bağımsız olamamaktadır. Her enformasyon; kendi duyguları, karakteri, hikâyesi, özellikleri ve sınırları olan bir gazetecinin ürünüdür ve bu ürün gazetecinin yaptığı bir seçimin sonucu olarak ortaya çıkmış; sınırlı sayıda sözcük ve imgeden meydana gelmiştir. Dolayısıyla da öznellikten izler taşımaktadır (Morresi, 2003: 120-121)..

Nesnellüğün istenir bir şey olmadığı iddiası, haberin bağımsız bir süreç olmadığı; iç ve dış etmenler tarafından şekillendirildiği varsayımı ile ilintilidir. Gerek baskı grupları, politik seçkinler, siyasal beklentiler gibi harici faktörlere; gerekse kurumsal hiyerarşi ve baskı, mali kaygılar gibi dâhili belirleyicilere muhtaç ve bağımlı bir yapıdan nesnel olmasını beklemek olanaksızdır ki bu durum medyanın ekonomi politiği ile ilgilidir.

Tarafsızlığı sağlamada dengelilik kuralı, nesnellığe nazaran uygulanabilirliğinin daha çok mümkün olduğu bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Bir habercinin, değişik fikirlere daha fazla yer vermesi ve adaletli davranması, habere kişisel yargılarını yansıtmasından daha kolaydır. Çeşitli bakış açılarının ve tarafların olduğu tartışmalı konularda bütün taraflara söz hakkı tanımakla ilgili olan dengelilik ilkesi bir anlamda adil olmak şeklinde ifade edilebilir. Ancak nesnellik gibi dengeliliğin de ne ölçüde mümkün olduğu tartışma konusudur. Eşit süre, eşit alan, cevap hakkı gibi gereklilikleri

barındıran denge kuralı sağlanmış olsa da öncelikler ve öznellik bu kuralın işlerliğine engel olabilmektedir. Öte yandan, denge kuralının tek bir haber ya da tartışma için kullanılması, bu ilkenin hakkıyla benimsenmesi için yeterli değildir. Farklı düşünce, bakış açısı ve fikirlere ilişkin haberlerin eşit veya birbirine yakın ölçülerle verilmesi gerekmektedir. Olması gereken bu ise de olan ne yazık ki bu değildir. Arzu edilen bu durum yazılı basın için oldukça zor görünmektedir. Gazetelerde tek bir ‘manşet’in, bir tane de ‘birinci sayfa’nın olduğu düşünüldüğünde, denge ilkesinin ne kadar başarılı olacağı ayrı bir tartışma konusudur (Göker v.d., 2009: 240).

Dengelik ilkesiyle kastedilen habercilik tarzı, gündeme getirilen herhangi bir sorun ve konu hakkında, farklı tarafların görüşlerini temsil eden bir habercilik anlayışıdır. Bu ilke, nesnellığın ve tarafsızlığın içerdiği sorunları gidermeye yönelik, yol gösterici bir ilke olarak düşünülebilir. Amaç, temsili olabildiğince geniş tutmaktır. Buna rağmen haberleştirme sürecine egemen olan haber kaynaklarına haber yapma hakkı tanıyan ve gazeteciyi kısmen edilgenleştiren anlayış ve pratikler dengeli haberciliğin önündeki engeldir. Bugün hangi kanalın haber bültenlerini açarsanız açın ya da herhangi bir gazetenin ilk sayfasını incerseniz inceleyin dengeliliğe uyan bir haber bulabilmeniz mümkün değildir (İnal, 2010: 262).

Kitle iletişim araçlarını çalışanlarını insanların oluşturduğu düşünülürse, haber içeriklerinin ve mesajların görüş ve felsefe olarak bir tarafa eğilim göstermesi çok fazla yargılanmamalıdır çünkü hiçbir insan tam olarak tarafsız değildir ve taraf tutmamak insan doğasına aykırıdır. Fikir, ideoloji, felsefe ve beğeni olarak bir tarafa eğilim göstermek insan doğasının özünde vardır. Bu nedenle, medyadaki tarafsızlığı politik, ideolojik ve inançla ilgili, görüş ve beğenilerle ilgili hiçbir tarafa eğilim göstermemek şeklinde tarif etmek haksızlık olacaktır. Bunun yerine, bir tarafa fazlaca yanaşarak o tarafın özelliklerinin, renklerinin ve seslerinin abartılarak sürekli ya da sık sık yansıtılmaması olarak tanımlamak daha doğru bir duruştur (Cereci, 2003: 79).

3.3.2. Tarafsızlık İlkesine Getirilen Eleştiriler

Tarafsızlık ilkesine getirilen eleştirilerin pek çok arka planı bulunmaktadır. Elimizden geldiğince bu eleştirileri alt başlıklar halinde sınıflandırmak, tarafsızlığın mümkün olmadığını iddia eden ekollerin öne sürdüğü nedenleri daha anlaşılır bir biçimde algılamamıza yardım edecektir.

3.3.2.1. Tatminsizlik

Çoğulcu liberal yaklaşımlarda haberin doğru, eksiksiz ve dengeli biçimde yansıtılması etik açıdan önemli görülmektedir. Ne var ki, liberal çalışmalar tarafsızlık ve nesnellik beklentisinin, bütün tarafları nasıl tatmin edeceği ve güvenilir olarak algılanabileceği sorusuna cevap verememektedir (Gökgücü, 2007: 27). Bilhassa seçim dönemlerinde taraf olma daha belirgin bir hal alabilmektedir. Siyasal haberlerin yansıtılmasında dengelilik ilkesine uyulmakla birlikte nesnellik göz ardı edilebilmektedir. Bu durum ise siyasal önyargılar ve kişisel tutumlarla ilgilidir. Hackett de çalışmalarında bu doğrultuda tespitler yapmıştır. Hackett *'medya gerçek dünyayı doğru ve dengeli bir biçimde yansıtabilir ve yansıtmalıdır'* önermesinin eleştirisini *'dengeli ve doğru haberciliğin önündeki en büyük engel, değerlerin habere girmesine izin veren ve sunumda seçici davranmaya yol açan siyasal önyargılar ve siyasal tutumlardır'* diyerek yapmıştır. Aynı şekilde *'siyasal yanlılık ortaya çıktığında, bu yanlı tavır, okuma ve kod açıklama konularında var olan araştırma yöntemleri kullanılarak sergilenip denetlenebilir'* önermesine karşılık olarak siyasal ve ideolojik yanlılığı *'belli bir siyasal aday, parti, politik tavır ve çıkar grubunu, farkında olmaksızın diğerlerine tercih etmektir'* şeklinde tanımlamıştır (Hackett 1998: 37).

3.3.2.2. Okuyucu ve İzleyici Beklentileri

Tarafsızlığın uygulama esnasında çıkmaza düşmesinin bir nedeni de okur temellidir. Okurun asıl beklentisi, esasında tam bir tarafsızlık değildir ve okur, çoğu kez kendi dünya görüşüyle örtüşür bir sunumu arzu etmektedir. Yansıtılan haberler, kendi görüşlerine uygun olması durumunda tarafsız olarak kabul edilmekte, aksi durumda ise yanlı olarak yaftalanmaktadır. Buna karşılık olarak medya kuruluşları da hedeflediği kesime uygun bir yayın politikası belirleyecek, bu tercih ise nesnellik ve tarafsızlığı ikinci plana atacaktır (Çaplı, 2002: 89-90).

3.3.2.3. Gazeteciliğin Aykırı Doğası

Gazeteciliğin nesnellik iddiası, kuşkusuz gazetecinin durduğu yere bağlıdır. Gazetecinin tarafsızlığı, herkes tarafından kabul edilebilir belgeler ve kanıtlar ortaya koyabilmesiyle ilintilidir. Ancak bu ağın örülmesinde en büyük engel zaman faktörüdür. Bilindiği gibi gazetecinin en büyük sermayesi enformasyondur ve bu sermayenin değerini yitirmemesi için kısa bir süre içinde bozdurulması gereklidir. Bu yüzden en

kolay biçimde ve kısa zamanda elde edilip aktarılabilecek bir bilgi her zaman daha değerlidir. Bu bilginin kanıtlanabilirliği yani sermayenin nereden ve nasıl elde edildiği ise sonraki iştir (Akçalı, 2003: 89). Zaman faktörü, haberin üretilmesinde olduğu gibi aktarılmasında da tarafsızlık için engeldir. Bazı durumlarda olayın taraflarına aynı haberde yer verilmemekte ve bir sonraki habere ya da güne sarkıtılabilmektedir. Karşıt görüşlere aynı gün ve aynı haberde yer verilmemesinin kendi içinde bir hakkaniyetsizlik barındırdığını unutmamak gerekir. Burada hakkaniyetsizliğin göstergesi bir tarafın görüşlerinin ilk sıraya yerleştirilmesidir (Özer, 2010: 101).

3.3.2.4. Haberin İlgi Çekme Potansiyeli

Liberal öğretisi, habere dönüştürülmesi gereken olayları haber değeri ölçütleri ile açıklamaktadır. Buna göre, bir olayın haber olarak kabul görmesi için a. zamanlılık, b. yakınlık, c. önemlilik, d. sonuç ve e. insanın ilgisini çekme gibi temel haber değeri ölçütlerine uygun olması gerekmektedir. Son zikredilen ölçüt ise tarafsızlığı ikinci plana atacak bir potansiyele sahiptir. Haber değeri olan bir olay, ilgi çekmek adına, şişirilerek ya da olduğundan farklı gösterilerek sunulabilmektedir. Geçmişte bir sanatçının montajlı fotoğraflarını basan ve uydurma ifadeleri haberleştiren gazete ile siyasetçilere gösterilen demokratik protestoları ‘provokatif saldırı’ olarak aksettiren anlayış iddiamızı kanıtlar mahiyetindedir. İlk örneğimizde haber olduğundan farklı gösterilmiş, ikincisinde ise abartılarak şişirilmiştir. Bu örneklerde daha büyük hesaplar aranması da gerekirken, basit mantıkla baktığımızda bu tür sunumların ilgi çekmek adına yapıldığını söylememiz yerinde olacaktır.

Liberalist eleştirilerde bahsettiğimiz ilgi çekmenin tarafsızlığa nasıl gölge düşüreceği konusunu daha derinden irdelediğimizde İrfan Erdoğan’a kulak vermemiz gerekecektir. O, nesnellüğün, hangi konunun düşünülüp haber olarak seçileceği andan itibaren bittiğini söylemektedir. Öznellik, daha konunun düşünülmesinden ve seçiminden başlayarak kendini göstermektedir. Bu seçim süreci, tercih etme ve dışarıda bırakma yolu ile yanlılığa sebebiyet vermektedir. Öte yandan, ilgi çekme konusunda hep uç ve marjinal örnekler verilmekte ve ilgi sömürülmektedir. Barınak, ekme ve gelecek gibi birincil kaygılar ender işlenmekte; işlenirken de sulandırılmaktadır. Bu seyrekliğin nedeni, saydığımız tüm bu kaygıların insanın ilgi alanı dışında olması mıdır yoksa endüstriyel yapıların ideolojik ve ticari çıkarlarını gerçekleştirme çabası mıdır?

Bu sorunun cevabı, medyanın ve sermaye düzeninin bütünleşik yapısında aranmalıdır (Erdoğan, 2007: 181-182).

3.3.2.5. Bilginin Parçalanması

Kamusal bilginin parçalanması, haberin yeniden inşasında kullanılan bir başka stratejidir ve haberlerin; ekonomi haberi, magazin haberi, kültür haberi gibi sınıflandırılarak düzenlenmesiyle ortaya çıkmaktadır. Parçalara ayırarak yapılan sunumlar, okuyucunun olgulara ilişkin anlamlı ve bütüncül bir bakış açısı üretmesini zorlaştırmaktadır. Ekonomi haberlerinin sadece ekonomi sayfalarında yer alması, ekonominin politika ile ilişkisi olmadığı gibi sakıncalı bir öngörü doğuracak ve sorun, ancak kendi içinde bulunduğu kategori incelenerek çözümlenebilirmiş gibi sahte bir algı yaratacaktır (Dursun, 2005: 82). İşsizlik, enflasyon artışı ya da cari açık ile ilgili, ekonomi sayfalarında yer alan bir haber, çoğunlukla dünyanın ekonomik gidişatıyla ilişkilendirilecek; işsizlik, enflasyon ve cari açık rakamları belki doğru bir şekilde verilecek ancak iktidarların yanlış ekonomi uygulamaları üzerinde çok fazla durulmayacaktır. Konuların bu şekilde yalıtılmasıyla sorgulanması gereken neden-sonuç ilişkisinin üzeri örtülecektir.

3.3.2.6. Akreditelek

Akreditelek, habercilerin belli bir sorun karşısında, yetkili bir bakış açısı aradıklarında, doğal olarak, konularını yetkili kaynaklar biçiminde tanımlamış ya da egemenler tarafından tanımlanmış ve toplumun bu şekilde anlamlandığı merkezlerle yönelmesidir. Bu yöneliş, egemen seçkinlerin zorlamasıyla olmasa da içselleştirmesiyle edinilen bir reflekstir. Elbette ki bu durum karşıt görüşlerin susturulması anlamına gelmemekte ve nesnellik ilkesinin ihlali olarak kabul edilmemektedir. Ancak bu eylemin sonucunda, toplumsal sorunlara değişik tanımlamalar getiren alternatif merkezler söz hakkı konusunda dezavantajlı konuma düşmekte ve yapılan algı yüklemesi ayrımcılığa neden olmaktadır. Bu özümsemişlik, nesnellik ve dengelilik ile ne kadar örtüşür bilinmez; bilinen tek şey bu alternatif merkezlerin, kolaycılığa kaçılarak taraflı ve çıkarıcı olarak yaftalandığıdır (Gurevitch ve Blumber, 2002: 276-277).

3.3.2.7. Dil ve Söylem

Sözcük seçimleri ve cümle yapıları, tüm iletişim araçlarında yer alan haberler için önemlidir. Dil bir mücadele aracıdır ve toplumda var olan güç/iktidar ilişkilerinin kurulup sürdürüldüğü alan dil ve söylemdir. Haber metinlerinin çözümlenmesinde fonetik analiz büyük önem taşımaktadır. “Başbakan belirtti” ifadesi ile “Başbakan öne sürdü” veya “Başbakan söyledi” ifadeleri farklı vurgular içermektedir. Okuyucu ve izleyicinin çoğunlukla gözden kaçırdığı bu küçük ayrıntı üzerinden gazetecinin yorumu ortaya çıkmaktadır. Yani metnin kendi sesi gazetecinin hassasiyetini bastırmaktadır. Tonlama da anlam oluşturma sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır ve insanların düşüncelerini açığa çıkaracak ipuçları vermektedir. Ancak gazete haberleri için yakalanması olanaksız bir anlamlandırma sürecidir ve televizyon, radyo haberlerinde görülmektedir (İnal, 1996: 102).

3.3.2.8. İdeoloji

Eleştirel perspektifin tarafsızlığa bakış açısı liberalizmin kabul ettiği anlayıştan bütünüyle farklıdır. Bu farklılığın temelinde haberin tanımı ve kitle iletişiminin işlevleri konusundaki fikir ayrılığı yatmaktadır. Eleştirel çalışmalara göre haber gerçekliği olduğu gibi yansıtan bir ayna değil, egemenlerin kendi iktidar ve ideolojilerini meşrulaştırmak için kullandığı etkin bir silahtır. Kitle iletişimi ise bu silahın saklı olduğu cephaneliktir. Egemen sınıf da bu cephaneliğe sızmak için her yolu denemekte ve başarılı olmaktadır. Dolayısıyla tarafsızlık mümkün değildir ve esasında ideolojik bir hipnoz olup, iktidar sahiplerinin lehine kodlar üreten kitle iletişiminin bu üretimini perdeleyen bir örtüdür.

Yine Erdoğan, nesnellik ve tarafsızlık/yansızlık iddialarının, bu kavramların gerçek anlamlarını yansıtmadıklarını ileri sürmektedir. Nesnellik, tarafsızlık ve denge gibi mekanizmalar kapitalist pratiklerin ideolojik çerçeveleridir ve bu mekanizmalar gerçeği bulandırmak suretiyle dikkatleri tartışmalı ve önemli konulardan ayırıp var olan sistemi ve sistemin pratiklerini meşrulaştırır biçimde çalışmaktadır. Bu tür süslü kelimeler medya profesyonellerini iç ve dış denetimden yalıtma mekanizmaları değil gazetecilik pratiklerinin haklı çıkarılması mekanizmalarıdır (Erdoğan, 1997: 283).

Kamu çalışanları olaysız bir şekilde dağıldı.

Başkentte bugün hayat durdu.

Bu iki haber başlığından ilki, kamu çalışanlarının haklarını aramak için yaptıkları bir gösteri, ikincisi ise bir yapılmış olan bir greve ilgilidir. Her iki haber de nesnel bir sunumla hazırlanmış gibi görünmekle birlikte, aslında belli bir kesimin çıkarına uygun olarak tasarlanmıştır ve bu kesim egemen seçkinlerdir. Bu iki başlıkta, egemen seçkinlerin çıkarlarına zarar vermesin diye gizlenen örtük önermeler ise *Kamuda çalışanlar, bir araya geldiklerinde olay çıkarma potansiyeli olan gruplardır* ve *Grevler yaşamı aksatır* şeklindedir ve olumsuz bir arka plan vurgulaması görülmektedir. Egemen söylemin geliştirdiği bu ötekileştirme pratiği zamanla halkın ön kabulüne ve sesine dönüşmektedir (İnal, 1996: 121-122).

Benzine 10 kuruşluk zam daha

Benzinden tasarruf etmenin yolları

Bu iki haber başlığından ilki bir zam haberini, ikincisi de kamu yararı güden pratik bir bilgiyi içermektedir. Her iki haber de içerik itibariyle nesnel bir sunuma uygun olarak hazırlanmıştır. Burada dikkat çekmek istediğimiz, ikinci haber başlığıdır. Bu haber ile hedeflenen, toplumun neden pahalı benzin kullandığına dair yapacağı sorgulamanın şiddetini azaltmak ve gerçeği, sahte bir gerçekle bulandırmaktır. Böylelikle algılar başka bir gerçeğe yönlendirilecektir. Erdoğan, verdiği bu örneği maskeleyen ve yerinden etme olarak tarif etmektedir. İdeolojik sürecin yarattığı mit (ki bu örnekteki mit kamu yararadır) olgunun kendi gerçeğinin içini boşaltmakta ve gerçeği evcilleştirerek sahte gerçeğin çıkarına eklemektedir (Erdoğan, 2007: 175).

İrfan Erdoğan²³, “yansızlık ve denge kimin için geçerlidir” sorusuna “sadece egemen güçler için” cevabını vererek şu çarpıcı tespiti yapmaktadır:

“İşçilerin, memurların ve yoksulların örgütlü protestoları ve grevleri medyada yansız, nesnel ve dengeli bir biçimde mi yansıtılır? Düşmanca bir biçimde... Medyanın bazısında incelikle işlense bile, yine de düşmanca tutum ya açıkça bellidir ya da nesnellik ardında gizlice ifade edilir. Grevlerde çalışanlar daima düzeni, özellikle kamu düzenini bozan, günlük yaşamı aksatanlar olarak gösterilir. İşverenler iyi niyetle arz ederler, sendikalar kötü niyetle talepte bulunurlar. Arz edenin sömürüsü ve ihtirası ortadan silinir, talep edenin ‘akıldışı’ talepleri işlenir.”

²³ <http://www.irfanerdogan.com/intro2com/mediaideology.htm> 08.01.12

Erdoğan'ın bu örneğini destekler mahiyette bir anlatım Shoemaker ve Reese tarafından dile getirilmiştir. Onlara göre kitle iletişiminin temel işlevlerinden birisi, bir kültürde var olan sınırları korumaktır. Bunu sağlamak ve toplumsal çıkarları bütünleştirebilmek adına, bazı görüş ve değerler -aynen yukarıdaki örnekte olduğu gibi- kabul edilebilirlik sınırları içinde kabul edilirken, diğerlerinin meşru olmayanlar biçimde tanımlanması zorunludur (Shoemaker ve Reese, 2002: 133).

McOuail, haberde yanlılığın çözümlenmesi için birbirine zıt iki temel değişken önermektedir; örtülü ya da açık yanlılık ve bilinçli ya da yapısal yanlılık. Bu değişkenler çerçevesinde yanlılığın dört türü bulunmaktadır: Partizanlık, propaganda, yapısal yanlılık (haber seçimi) ve ideolojik yanlılık. Partizanlık, açık ve yapısal bir yanlılıktır. Başyazılar, köşe yazıları ve reklamlarda görülebilir ve ortaya çıkarılması kolaydır. Propaganda, örtülü bir yanlılıktır ve amaç gizli olduğundan ortaya çıkarılması zordur. Yapısal yanlılık, haber konularının çözümlenmesi ile belirlenebilir. İdeolojik yanlılık ise örtülü bir yanlılık türüdür. Haber metinlerine gizlenmiş olup ortaya çıkarılması metinlerin çözümlenmesiyle mümkündür (Çebi, 2002: 88).

İlhamını geleneksel Marksist öğretilerden alan eleştirel yaklaşımlar zaman içinde pek çok alt dallara ayrılmıştır. Marksist yaklaşım, iktidarın sermaye sınıfının elinde toplandığını söylemektedir. Kitle iletişim araçları da egemen sınıfın değerlerinin, toplumda geçerli olan değerler olmasına önayak olmaktadır. Medya ise, sermaye sınıfının proletarya üzerinde tahakküm kurmasını sağlayan bir araçtır (Çebi, 2002: 89).

Ekonomi politikçiler, ideolojinin ekonomik yapı tarafından tasarlandığını belirtirler. Medya mülkiyeti, egemen sınıfın medya kurumlarını denetlemesinin temel aracı olarak görülmektedir. Daha geleneksel bir Marksist anlayışı benimseyen ekonomi politik görüşe göre ideoloji, ekonomik altyapı tarafından belirlenen bir üstyapı kurumudur (Shoemaker ve Reese, 2002: 141). Ekonomi politik anlayışın en büyük temsilcileri Edward S. Herman ve Noam Chomsky'dir. Herman ve Chomsky, haber üretim sürecini bir seçme süreci olarak ele almaktadır. Egemen seçkinler, birtakım süzgeçler kullanarak olayları ayıklar ve habere uygun olanları seçmektedir. Böylece muhalif sesler kenara itilmekte ya da önemsizleştirilmektedir. Haber seçimi için beş eleme süzgeci kullanılmaktadır (Propaganda Modeli); medya şirketlerinin büyüklüğü, mülkiyet yapısı, medyanın en büyük gelir kaynağı olan reklamcılık, medyanın, hükümet ve iş çevrelerinden ve bunların onayladığı merkezlerden bilgiyi sağlaması, medyayı hizaya getirmek için kullanılan tepki üretimi ve komünizm düşmanlığı (Öztek, 2008:

132). Mülkiyet ve reklam süzgeçleri medyayı ekonomik iktidara bağımlı hale getirmekte ve alternatif bir medyanın ortaya çıkışını zorlaştırmaktadır. Olumsuz eleştiriler ise çoğunlukla sağdan gelmektedir. Medyayı eleştiren vakıflar, düşünce kuruluşları gibi sivil örgütlenmeler medya tarafından parasal açıdan desteklemektedir. Bu kuruluşların yaptığı, medyanın, kabul edilebilir seçkin görüşlerden uzaklaşmasını engellemektir. Komünizm düşmanlığı ise siyasal bir denetim mekanizmasıdır. Komünizm, sermaye sınıfını tehdit etmektedir, bu nedenle düşman olarak sabitlenmiştir ((Shoemaker ve Reese, 2002: 148).

Bir başka ekonomi politikçi olan Altschull da medyanın, kendisini destekleyenlerin ideolojisini yansıttığını öne sürmüştü ve bu iddiasını dört kaynak modele göre çerçevlendirmiştir: medyanın devlet tarafından denetlendiği ve genelde komünist rejimin ideolojisi olan resmi model, reklamcılar ve onların medya sahibi müttefiklerinin ideolojisini yansıtan ticari model, medya içeriğinin; siyasi partiler, vakıflar, dini gruplar gibi mali destek sağlayanlar tarafından belirlendiği ve bu grupların ideolojisini yansıtan çıkar grupları modeli, kendi görüşlerini iletirmek ve kabul ettirmek isteyenlerin ideolojisini yansıtan gayri resmi model ((Shoemaker ve Reese, 2002: 142-143).

Ekonomi politik, zamanla daha eleştirel bir konuma çekilmiş, Golding ve Murdock'un çalışmaları eleştirel bir ekonomi politığın ana hatlarını ortaya koymuştur. Eleştirel yaklaşımda ekonomi, diğer disiplinlerden bağımsız bir alan olarak görülmemiş ve onlarla bütünleşmesi gereken bir çözümlene düzeyi olarak algılanmıştır. Marks'ın bıraktığı taslaktan yola çıkan eleştirel ekonomi politikçiler, kitle iletişim sürecinin mülkiyet ve kontrole bağlantısı üzerinde durmuşlardır. Frankfurt Okulu, kültürün metalaşması sürecine ilişkin yorumları ile iletişim sürecinin maddi süreçle bağlantısını açığa çıkaran çalışmalar yapmış, Schiller ve Chomsky de kültür emperyalizmi ve rıza konularını tartışarak ekonomi politığe katkı sağlamışlardır (Adaklı, 2006: 23-26).

Eleştirel ekonomi politığın ilk dönemlerinin ana sermayesi olan ideoloji ve yapay bilinç kavramları Gramsci ve Althusser'in çalışmalarıyla birlikte bir dönüşüm geçirmiştir. Gramsci'nin ideolojik hegemonya kuramına göre kitle iletişim araçları, yönetici seçkinlerin güçlerini, konumlarını, kültür ve felsefelerini kabullendirmek için programlanmış araçlardır. Medya da, işbirliği içinde oldukları egemen seçkinlerin fikirlerini diğer toplumsal merkezlerden çok daha kolay üretmekte ve yaymaktadır (Lull, 2001: 52).

Eleştirel yaklaşımlar, ekonomik altyapının gazetecilik pratiklerini de belirlediğini öne sürmektedir. Kapitalist mülkiyet ile gazetecilik pratikleri arasında organik bir ilişki vardır ve bu bağ gazeteciliğe özgü nesnellik kültürü ile meşru hale getirilmiştir. Nesnellik, seyrek de olsa kurumsal ve siyasi otorite ile açıkça çatışacak kadar özerkliğe izin vermektedir (Ettema v.d., 1997: 34'den akt. Çebi, 2002: 91). Daha fazlası ise sıkıntı yaratacaktır ve toplum nesnellik adı altında kendisine bahşedilen 'sus payı' ile yetinmek durumundadır.

Eleştirel kuramlar; kitle iletişiminin siyasası, ekonomisi, sosyolojisi, uluslararası boyutu ve kültürel arka planı ile ilgilenirler. Hepsinin ilham kaynağı Marksist öğretisi olmakla birlikte ideoloji ve kültür konularında birtakım fikir ayrılıkları bulunmaktadır. Geleneksel yaklaşıma göre ideoloji, maddi altyapı tarafından üretilen sahte bilinçtir; Neo-Marksistler ise ideolojinin, egemenler tarafından ve bilinç endüstrisi yoluyla üretildiğini öne sürmektedir. Aynı şekilde gelenekçiler, kültürün kapitalist sistem tarafından yeniden üretilen bir süreç olduğunu iddia ederken, modern eleştirel kuramcılar kültürün sadece bir yeniden üretim süreci olmadığını ve var olan kültürel geleneğin hegemonya altına alındığını vurgulamaktadır (Tekinalp, 2002: 21).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. 12 HAZİRAN 2011 GENEL SEÇİMLERİ İLE İLGİLİ SİYASET HABERLERİNİN ELAZIĞ YAZILI BASININDA SUNUMU ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Çalışmanın önceki bölümlerinde ilk olarak, basın ve siyaset arasındaki ilişki ve siyasal sistemlerin basını nasıl şekillendirdiği konusu irdelenmiştir. İkinci bölümde yerel basın konusu ele alınmış; yerel basının ülkemizdeki tarihsel gelişimine, günümüzdeki durumuna ve karşı karşıya olduğu sorunlara değinilmiştir. Bunun yanı sıra yerel basının siyasetle olan ilişkisi anlatılmaya çalışılmıştır. Daha sonra, basın etiğine ilişkin genel bir değerlendirme yapılarak tarafsızlık ilkesine yönelik kuramsal bilgilere yer verilmiş ve tarafsızlık ilkesine getirilen eleştiriler, yine kuramsal olarak dile getirilmiştir. Bu bölümde ise siyaset konulu haberlerde tarafsızlığı belirlemeye yönelik örnek olay incelemesinin bulgularına yer verilmektedir. Bu değerlendirmelere geçmeden önce, araştırmamızın evrenini oluşturan Elazığ yerel basını hakkında birtakım bilgiler aktarmamız yerinde olacaktır.

Vilayet Nizamnamesi ile gazetesi çıkarma imtiyazı alan vilayetlerden biri de Elazığ'dır. Elazığ'da yayınlanan ilk gazete de bir vilayet gazetesi olan Mamuratü-l Aziz gazetesidir. Gazete, 5 Ekim 1883 tarihinde yayınlanmaya başlamış ve 1914 yılına kadar yayın hayatını sürdürmüştür. Haftalık olarak yayınlanan gazete, bugünkü Elazığ basınının atası sayılmaktadır. 31 yıl gibi uzun bir süre yayınlanması nedeniyle de Anadolu'da yayınlanan en uzun ömürlü gazetedir (Yıldırım, 1997: 24).

Mamuratü-l Aziz gazetesinin ardından Şark ve Satvet-i Milliye isimli gazeteler yayınlanmıştır. Şark gazetesi 1918 yılında ve haftalık olarak yayınlanmıştır. Satvet-i Milliye gazetesi ise 1922-1925 yılları arasında yayınlanmış ve Milli Mücadele Yanlısı bir çizgi benimsemiştir. Satvet-i Milliye gazetesi 1923 yılında kapanmıştır. Daha sonra Yeni Mefkûre isimli bir gazete yayınlanmıştır. 17 Mart 1925 tarihinde yayınlanan ve haftalık olarak çıkan gazete 30 sayı devam ettikten sonra 1926 yılında imkânsızlıklar nedeniyle kapanmak durumunda kalmıştır (Doğan, 2010: 33-34).

Elazığ ilinde yayınlanan gazeteler ise şunlardır:

Tablo 2. Elazığ'da Yayın Yapan Gazeteler²⁴

| GAZETE | KURULUŞ TARİHİ | YAYIN SÜRESİ |
|-------------------|----------------|--------------|
| Turan* | 1930 | Günlük |
| Uluova* | 1953 | Günlük |
| Nurhak* | 1972 | Günlük |
| Fırat* | 1986 | Günlük |
| Günışığı* | 1997 | Günlük |
| Yeniçağ* | 1995 | Günlük |
| Elazığ Birlik* | 2002 | Günlük |
| Yeni Ufuk | 2003 | Günlük |
| Günebakış* | 2007 | Günlük |
| Ayışığı* | 2004 | Günlük |
| Hâkimiyet | 2011 | Günlük |
| El Aziz | 1998 | Haftalık |
| Elazığ Star Haber | 2009 | Haftalık |
| Son Baskı | 2008 | Haftalık |
| Net Haber | 2008 | Haftalık |
| Karakoçan | 2006 | Haftalık |
| Son Nokta | 2012 | Haftalık |
| Modern Elazığ | 1991 | 15 Günlük |
| Keban | - | 15 Günlük |
| Elazığ Ticaret | - | Aylık |

Yerel gazete bakımından oldukça zengin bir potansiyele sahip olan Elazığ'da yerel televizyonculuk da oldukça ileri düzeydedir. Kanal 23 televizyonu, 1994 yılında başladığı test yayınının ardından 1995 yılında profesyonel yayıncılığa geçmiştir. Aynı şekilde, Kanal E televizyonu da 1995 yılından beri profesyonel yayıncılık yapmaktadır. 2009 yılında kurulan Kanal 9 televizyonu, Elazığ'ın uydudan yayın yapan ilk televizyonudur. Bunun yanı sıra, Fırat Üniversitesi bünyesinde yayın yapan Fırat RTV bulunmaktadır ve bu televizyon ülkemizin ilk üniversite televizyonu olma özelliğini taşımaktadır.

²⁴ Elazığ Valiliği Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü'nden alınan ve 22.01.12 tarihinde güncellenen bilgilerden derlenerek hazırlanmıştır. (*) işareti olanlar resmi ilan alma hakkına sahiptir.

4.1. Yöntem

Bu çalışmada yöntem olarak içerik çözümlemesi seçilmiştir. Berelson'un da ifade ettiği gibi içerik çözümlemesi, açıklanan içeriğin yansız ve sistematik sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir (Aziz, 2008: 121). İçerik çözümlemesinin temel amacı, nicel ve nitel birtakım göstergelerden hareketle, içerikten elde edilen bilgilerin ötesinde bazı yeni sonuçlara ulaşmaktır. İçeriklerde gözlenen sonuçlardan hareketle, doğrudan gözlemlenemeyen etkenleri ortaya çıkaran içerik analizi yöntemi aynı zamanda bu etkenler üzerinden yorum yapılması gerekli olan bilgileri de araştırmacıya sağlamaktadır (Gökçe, 2001: 19).

Holsti'ye göre içerik çözümlemesinin 3 temel özelliğe sahip olması gereklidir. Bunlar nesnellik, genellik ve sistemlilik. Nesnellik, farklı gözlemcilerin aynı doküman üzerinde aynı sonuçlara ulaşması ile mümkündür. Genellik, bulguların kuramsal bir temele sahip olmasını gerektirir. Sistemlilik ise belli bir kategoriye girecek ya da girmeyecek birimlerin saptanması için önemlidir ve araştırmanın amaçlarına uygun verilerin çözümlenmesinin yanında diğer verilerin ihmal edilmesini önlemektedir (Öğülmüş, 1991: 217).

Hansen, içerik analizi yönteminin aşamalarını 6 maddede toplar (Hansen, 2003: 60):

- Araştırma problemini tanımlama.
- Araştırma evrenini belirleme ve örneklem seçimi.
- Araştırma kategorilerini oluşturma ve tanımlama.
- Kodlama cetvelini oluşturma.
- Kodlama cetvelini sınama ve güvenilirliğini ölçme.
- Veri girişi, analiz ve yorumlama.

Bu çalışma kapsamında incelenen siyaset haberleri; sayfası, sunum biçimi, konumu, kaynağı, niteliği, türü, ana karakteri, yönelimi ve yanlılığı değişkenleri birleştirilerek bir kodlama cetveli oluşturulmuş ve buna uygun biçimde kodlanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 16.0 istatistik paket programına aktararak tablolandırılmış ve değerlendirilmesi yapılmıştır. Kodlama cetveli aşağıdaki gibidir.

Tablo 3. 12 Haziran 2011 Genel Seçimleri İle İlgili Siyaset Haberlerinin Elazığ Yazılı Basınında Sunumu (Kodlama Cetveli)

| 12 HAZİRAN 2011 GENEL SEÇİMLERİ İLE İLGİLİ SİYASET HABERLERİNİN ELAZIĞ YAZILI BASININDA SUNUMU | | | |
|---|-----------------------------|---------------------|-------------|
| KODLAMA CETVELİ | | | |
| 1) TARİH:/...../..... | | | |
| 2) GAZETE | | | |
| 1) Günışığı | 2) Ayışığı | 3) Turan | |
| 3) HABERİN SAYFASI | | | |
| 1) Birinci Sayfa | 2) Birinci Sayfa + iç sayfa | 3) İç sayfa | |
| 4) HABERİN SUNULUŞ BİÇİMİ | | | |
| 1) Metin 2) Metin ve Fotoğraf | | | |
| 5) HABERİN KONUMU | | | |
| 1) Manşet | 2) Sürmanşet | 3) Alt manşet | |
| 6) HABERE KONU OLAN PARTİ | | | |
| 1) AKP | 2) CHP | 3) MHP | 4) BDP |
| 5) HAS PARTİ | 6) SP | 7) BBP | 8) DSP |
| 9) DİĞER | | | |
| 7) HABERİN KONUSU | | | |
| 1) Basın Toplantısı | 2) Miting | 3) Açılış | 4) Röportaj |
| 5) Ziyaret | 6) Açıklama | 7) Tebrik | 8) Kınama |
| 9) Parti Toplantısı | 10) Diğer | | |
| 8) HABERİN NİTELİĞİ | | | |
| 1) Bilgilendirme | 2) Vaat | 3) İddia/Suçlama | |
| 4) İddia/Suçlama ve Vaat | 5) Cevap/Tekzip | | |
| 9) HABERİN KAYNAĞI | | | |
| 1) Ajanslar | 2) Kurumsal/Muhabir | 3) Açıklama/Beyanat | |
| 4) Gizli Haber Kaynakları | 5) Yok | | |
| 10) ANA KARAKTER | | | |
| 1) Siyasetçi/Devlet Adamı | 2) Hukukçu | 3) Ekonomist | 4) Bürokrat |
| 5) Akademisyen | 6) STK Temsilcisi | 7) Vatandaş | 8) Diğer |
| 11) HABERDE YORUM VAR MI? | | | |
| 1) Evet 2) Hayır | | | |
| 12) YORUMLARIN YÖNELİMİ | | | |
| 1) Pozitif 2) Negatif 3) Nötr | | | |

Bu kodlama cetvelinde yer alan birimlerden biri olan haberin konumu, siyaset haberlerinin gazetelerde hangi konuma yerleştirdiğini göstermektedir. Siyasetçilerin yaptığı basın toplantısı ve yerel ölçekli mitingler, katıldıkları açılışlar, basın-yayın kuruluşlarına verdikleri röportajlar, yaptıkları ziyaret ve açıklamalar, yayınladıkları tebrik ve kınama mesajları haberin konusunu oluşturmaktadır. Haberın niteliği ise,

siyasetçilerin vaatlerini, iddia ve suçlamalarını, cevap ve tekziplerini içermektedir. Haberin kaynağı, haberin nasıl elde edildiğine ilişkin cevapları kapsamaktadır. Haberin ana karakteri, habere konu olan kişi ya da kurumların kimliğine dair başlıkları içermektedir. Haberde yorum ve yorumların yönelimi başlıkları ise habere yorumun karıştırılıp karıştırılmadığını; eğer karıştırılmışsa bu yorumların hangi yönelimde olduğunu belirlemeye çalışmak amacıyla hazırlanmıştır.

4.2. Amaç ve Sorular

Bu çalışmadaki temel amaç 12 Haziran 2011 genel seçimlerinin Elazığ yerel basınında nasıl yer aldığını ortaya koymak ve seçim sürecinde, gazetelerin aktardığı siyaset konulu haberlerde tarafsızlığa bağlı kalınıp kalınmadığını belirlemektir. Bu temel amaç çerçevesinde şu sorulara cevap aranmıştır:

- | | |
|----------------------|---|
| Araştırma Sorusu 1: | Haberler nasıl bir görsellikle sunulmuştur? |
| Araştırma Sorusu 2: | Haberlerde siyasi konular en çok hangi nitelikte işlenmiştir? |
| Araştırma Sorusu 3: | Haberlerde en çok hangi kurum ve kişiler kaynak olarak kullanılmış ve anılmıştır? |
| Araştırma Sorusu 4: | Haberlerde partilerin temsil oranı nedir? |
| Araştırma Sorusu 5: | Haberlerde partilerin hangi düşüncesi yansıtılmıştır? |
| Araştırma Sorusu 6: | Haberlerde nesnellik gözetilmiş midir? |
| Araştırma Sorusu 7: | Haberlerde dengelilik gözetilmiş midir? |
| Araştırma Sorusu 8: | Haber ve yorum ayrımı yapılmış mıdır? |
| Araştırma Sorusu 9: | Haberlerde herhangi bir siyasi partiye yanlılık gösterilmiş midir? |
| Araştırma Sorusu 10: | Elde edilen sonuçlar tarafsızlık ilkesine göre nasıl yorumlanmalıdır? |

4.3. Örneklem ve Sınırlılıklar

Araştırmanın evrenini Elazığ yerel basını oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde örneklem olarak Günışığı, Ayışığı ve Turan gazeteleri seçilmiştir. Bu seçim, gazetelerin tirajı ve yayın politikası temel alınarak yapılmıştır. Elazığ Valiliği Basın ve Halkla

İlişkiler Müdürlüğü'nden edindiğimiz bilgilere göre, çalışmaya konu gazeteler tiraj sıralamasında en üst sıralardadır. Diğer taraftan her üç gazete de siyaset konulu haberlere daha fazla yer vermektedir. Bu nedenle, çalışmamıza örneklem olarak uygun görülmüştür. Araştırma, gazetelerin 11 Mayıs - 11 Haziran 2011 tarihleri arasındaki 1 (bir) aylık nüshalarında yer alan siyaset haberleri ile sınırlı olacaktır.

4.4. Hipotezler

Araştırma kapsamında ortaya konulan hipotezler şunlardır:

- Hipotez 1: Haberlerin sunumunda nesnellik gözetilmemiştir.
 Hipotez 2: Haberlerin sunumunda dengelilik gözetilmemiştir.
 Hipotez 3: Haberlere öznellik katılmış ve yanlılık gösterilmiştir.
 Hipotez 4: Haberler, tarafsızlık ilkesi gözetilerek aktarılmamıştır.

4.5. Bulgular ve Analiz

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular üç ana başlık altında değerlendirilmiştir. İlk olarak, haberlerin ne tür bir görsellikle okura sunulduğuna dair analiz sonuçlarına yer verilmiştir. İkinci bölümde haberlerin içeriği ve konusuna ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Son bölümde ise tarafsızlık ilkesi yönelik analiz sonuçları ele alınmış ve değerlendirmesi yapılmıştır. Burada şunu belirtmekte fayda vardır; haberlerdeki görsellik, içerik ve konu tarafsızlık ile doğrudan olmasa bile dolaylı olarak ilintilidir. Haberlere yorum katılmaması, onun tarafsız olduğu anlamına gelmemelidir. Bir haber, öznel değerleri yansıtmadan verilse bile görsel açıdan veya konusu itibariyle taraflı olarak hazırlandığını ele verebilmektedir.

Bulgular bölümüne geçmeden önce çalışmaya konu olan gazetelerin belirlenen süre içinde siyaset konulu kaç haber yayınladıklarını ve bu haberlerin oranını sunmamız yerinde olacaktır.

Tablo 4. Gazetelere Göre Haber Dağılımları

| Gazete | S | % |
|---------------|-----|-------|
| Günüşiği | 147 | 34.5 |
| Ayışiği | 62 | 14.6 |
| Turan | 217 | 50.9 |
| TOPLAM | 426 | 100.0 |

12 Haziran 2011 genel seçimleri sürecinde gazetelerin yayınladığı haberlerin dağılımı Tablo 1’de görünmektedir. Bu dağılıma göre en çok haberi 217 haber ile Turan gazetesi yayınlamıştır. Günüşiği gazetesi 147, Ayışiği gazetesi ise 62 haber yayınlamıştır. Bu verilerden hareketle, Turan gazetesinin siyaset haberlerine daha fazla yer verdiğini ve seçim sürecini diğer gazetelere oranla daha fazla önemsedğini söylememiz mümkündür. Diğer taraftan, Ayışiği gazetesindeki siyaset haberlerinin diğer gazetelere göre azlığı dikkat çekicidir.

4.5.1. Görselliğe İlişkin Bulgular

Haberlerin nasıl hazırlandığı ve okuyucuya ne şekilde sunulduğuna yönelik analiz sonuçları bu başlık altında ele alınmaktadır. Bu bağlamda, kodlama cetvelinde yer alan şu birimlerin çözümlenmesi yapılmış ve yorumlanmıştır:

- A. Haberin sayfası
- B. Haberin sunum biçimi
- C. Haberin konumu

Tablo 5. Gazetelere Göre Haberin Sayfası

| Gazete | Sayfa | | | TOPLAM |
|---------------|--------------|---------------------|--------------|---------------|
| | 1. sayfa | 1. sayfa + iç sayfa | İç sayfa | |
| Günüşiği | 7 % 31.8 | 97 % 40.1 | 43 % 26.5 | 147 % 34.5 |
| Ayışiği | 10 % 45.5 | 30 % 12.4 | 22 % 13.6 | 62 % 14.6 |
| Turan | 5 % 22.7 | 115 % 47.5 | 97 % 59.9 | 217 % 50.9 |
| TOPLAM | 22 % 100 | 242 % 100 | 162 % 100 | 426 % 100 |

Gazetelere göre haberin yayınlandığı sayfanın konumuna ilişkin verilerin yansıtıldığı Tablo 1'e göre; her üç gazetenin de haberlerin sunumunda birinci sayfa ile yetinmediği ve 'devamı arkada', 'devamı... sayfada' gibi ibareler kullanarak aynı haberi diğer sayfalara yaydığı görülmektedir. Kanaatimizce böyle bir uygulamanın nedeni, seçim dönemi olması dolayısıyla siyasal içerikli haberlere verilen önceliktir. Bunun yanı sıra, okurun, ilk sayfaya göz gezdirip gazeteyi bırakmasını geciktirmek ve merakını canlı tutmak için yapıldığını da söylememiz mümkündür. Diğer taraftan, Turan gazetesi iç sayfalarda da siyaset haberlerinde geniş bir yer ayırmıştır. Bu durum Turan gazetesinin bir aylık süre içinde yayınladığı siyaset haberlerinin çokluğundan kaynaklanmaktadır ve Tablo 1'de belirttiğimiz gibi sürece daha fazla önem vermektedir.

Tablo 6. Gazetelere Göre Haberın Sunum Biçimi

| Gazete | Sunum biçimi | | TOPLAM |
|---------------|--------------|---------------|---------------|
| | Metin | Metin ve foto | |
| Günışığı | 1 % 5.6 | 146 % 35.8 | 147 % 34.5 |
| Ayışığı | 2 % 11.1 | 60 % 14.7 | 62 % 14.6 |
| Turan | 15 % 83.3 | 202 % 49.5 | 217 % 50.9 |
| TOPLAM | 18 % 100 | 408 % 100 | 426 % 100 |

Fotoğraf yerleştirme, dikkat çekmenin belki de en kolay yoludur. Bir gazetenin ilk sayfasına yerleştirilen çarpıcı bir fotoğraf, çoğu zaman, satın alınması için yeterli bir neden olarak görülmektedir. Tablo 3'e baktığımızda her üç gazetenin de bu durumu göz önünde bulundurduğunu ve haber metinlerinin yanına fotoğraf yerleştirmeye önem verdiğini gözlemleyebiliriz. 426 haberin sadece 18'inde fotoğrafa yer verilmemesi bu durumun göstergesidir.

Tablo 7. Gazetelere Göre Haberin Konumu

| Gazete | Konum | | OPLAM |
|---------------|--------------|--------------------|---------------|
| | Manşet | Manşet altı (Etek) | |
| Günüşiği | 44 % 40.4 | 103 % 32.6 | 147 % 34.5 |
| Ayışiği | 20 % 18.3 | 42 % 13.3 | 62 % 14.6 |
| Turan | 45 % 41.3 | 171 % 54.1 | 217 % 50.9 |
| TOPLAM | 109 % 100 | 317 % 100 | 426 % 100 |

Siyaset haberlerinin gazete sayfalarında hangi konumda yayınlandığına ilişkin veriler Tablo 4’de yer almaktadır. Elde edilen verilerden de görüldüğü gibi Günüşiği ve Turan gazetelerinde manşetten verilen haber sayısı birbirine yakındır. Üç gazetede yayınlanan 426 haberin 109 tanesi manşetten verilmiştir. Sürmanşetten hiç haber verilmemesi ise şaşırtıcı bir bulgudur.

4.5.2. Haberin İçeriğine İlişkin Bulgular

Yayınlanan haberlerin içeriğiyle alakalı olarak elde edilen bulgular bu başlık altında incelenmiştir. Bu çerçevede şu birimlerin çözümü yapılmış ve yorumlanmıştır:

- A. Haberin konusu
- B. Haberin niteliği
- C. Haberin ana karakteri

Tablo 8. Gazetelere Göre Haberin Konusu

| Haberin Konusu | Gazete | | | TOPLAM |
|----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | Günüşiği | Ayışiği | Turan | |
| Basın T. | 6 % 40 | 3 % 20 | 6 % 40 | 15 % 100 |
| Miting | 15 % 28.8 | 9 % 17.3 | 28 % 53.8 | 52 % 100 |
| Açılış | 11 % 33.3 | 6 % 18.2 | 16 % 48.5 | 33 % 100 |
| Röportaj | 2 % 40 | 1 % 20 | 2 % 40 | 5 % 100 |
| Ziyaret | 84 % 33.5 | 29 % 11.6 | 138 % 55 | 251 % 100 |
| Açıklama | 23 % 42.6 | 12 % 22.2 | 19 % 35.2 | 54 % 100 |
| Tebrik | 2 % 66.7 | 1 % 33.3 | 0 | 3 % 100 |
| Kınama | 1 % 50 | 0 | 1 % 50 | 2 % 100 |
| Parti T. | 2 % 20 | 1 % 10 | 7 % 70 | 10 % 100 |
| Diğer | 1 % 100 | 0 | 0 | 1 % 100 |
| TOPLAM | 147 % 34.5 | 62 % 14.6 | 217 % 50.9 | 426 % 100 |

Gazetelerde yayınlanan haberlerin konusu pek çok değişkene bağlı olarak değerlendirilmiştir. Tablo 5’te yer alan verilere göre siyaset haberlerinin büyük bir çoğunluğunun siyasi parti adaylarının yaptıkları ziyaretlerden kaynaklandığı görülmektedir. Bu tabloda dikkat çeken bir diğer konu ise, –tebrik ve kınama gibi öykü tarzındaki haberleri saymazsak- röportajlardaki azlıktır. Kanaatimizce bu azlığın nedeni, gazetelerin, ziyaret ve mitinglerde yapılan açıklamalara ağırlık vererek kolaycılığa kaçmalarıdır.

Tablo 9. Gazetelere Göre Haberin Niteliği

| Gazete | Nitelik | | | | | TOPLAM |
|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------------------|----------------|---------------|
| | Bilgilendirme | Vaat | İddia / Suçlama | İddia / Suçlama ve Vaat | Cevap / Tekzip | |
| Günyıışığı | 37 % 25.2 | 57 % 38.8 | 15 % 10.2 | 36 % 24.4 | 2 % 1.4 | 147 % 34.5 |
| Ayıııığı | 15 % 24.2 | 19 % 30.6 | 2 % 3.2 | 26 % 41.9 | 0 | 62 % 14.6 |
| Turan | 25 % 11.5 | 104 % 47.9 | 17 % 7.8 | 69 % 31.8 | 2 % 0.9 | 217 % 50.9 |
| TOPLAM | 77 % 18.1 | 180 % 42.3 | 34 % 8.0 | 131 % 30.8 | 4 % 0.9 | 426 % 100 |

Gazetelere göre yayınlanan haberlerin nitelikleri Tablo 6’da gösterilmiştir. Buna göre, haberlerin niteliklerini ağırlıklı olarak adayların vaatleri oluşturmaktadır. Turan gazetesi, yayınladığı haberlerin % 47,9’unu adayların vaatlerine ayırarak bu niteliği en çok yansıtan gazete olmuştur. Günyıışığı gazetesi de haberlerinin önemli bir kısmında (57 adet) vaatleri konu edinmiştir. Yine, adayların diğer partileri eleştirdiği iddia ve suçlama niteliğindeki haberler de önemli oranda yer almıştır. Böylelikle, seçim sürecinin sıcak gündemi ve siyasi aktörlerin polemikleri yerel kamuoyuna yansıtılmak istenmiştir.

Tablo 10. Gazetelere Göre Haberin Ana Karakteri

| Ana Karakter | Gazete | | | TOPLAM |
|---------------|------------|----------|-------|--------|
| | Günyıışığı | Ayıııığı | Turan | |
| Devlet Adamı | 146 | 62 | 217 | 425 |
| Vatandaş | 1 | - | - | 1 |
| TOPLAM | 147 | 62 | 217 | 426 |

Tablo 7’den de anlaşılacağı gibi gazetelerde yer alan siyaset haberlerinin çok büyük bir kısmında ana karakter olarak devlet adamı seçilmiştir. Politika haberlerinin arzında ana karakterin devlet adamı, siyasetçi veya bürokrat olması olağan bir durumdur. Ancak yeri geldiğinde vatandaşa da söz hakkı verilmelidir. Bu hak, yaygın basında fazla mümkün olmasa bile yerel basında rahatlıkla uygulanabilir. Özellikle seçim dönemlerinde vatandaşın şikâyet, beklenti ve taleplerinin doğrudan doğruya veya sivil

toplum kuruluşları gibi araçlar yoluyla siyasilere aktarılması demokrasinin tesisi için önemlidir. Ne yazık ki her üç gazete de bu önemin farkına varamamış, adayların ya da partilerin söylemlerini aktarırken vatandaş geri plana itmiştir. Aktarılan 426 haberin sadece 1 tanesinde vatandaşa yer verilmesi bu durumun göstergesidir.

4.5.3. Tarafsızlığa İlişkin Bulgular

Bu başlıkta, siyaset konulu haberlerin sunumunda, gazetelerin, tarafsızlık ilkesini gözetip gözetmediği sorusuna cevap aranacak ve analiz sonuçlarına yer verilecektir. Bilindiği gibi tarafsızlık, nesnellik ve dengelilik ilkesinin birleşimidir. Bu nedenle öncelikle dengelilik ilkesine ilişkin bulgulara, sonrasında nesnellik ile ilgili bulgulara yer verilecektir. Dengelilik ilkesine yönelik şu konular çözümlenecek ve yorumlanacaktır:

- A. Gazetelere göre partilerin dağılımı
- B. Partilerin göre haberin konumu
- C. Partilerin göre haberin niteliği
- D. Partilerin göre haberin sayfası

Nesnellik ilkesiyle alakalı olarak da şu konular tetkik edilecektir;

- A. Gazetelere göre haberde yorum
- B. Partilere göre gazetelerde yorum
- C. Yorumların yönelimi

Bütün bu çözümlenmeler sonunda, dengelilik ve nesnellığe yönelik bulgular birleştirilecek ve genel bir değerlendirme yapılmaya çalışılacaktır.

Tablo 11. Gazetelere Göre Partilerin Dağılımı

| Parti | Gazete | | | TOPLAM |
|-----------|----------|---------|--------|--------|
| | Günüşiği | Ayışiği | Turan | |
| Ak Parti | 48 | 22 | 50 | 120 |
| | % 32.7 | % 35.5 | % 23.0 | |
| | % 11.3 | % 5.2 | % 11.7 | % 28.2 |
| CHP | 29 | 13 | 45 | 87 |
| | % 19.7 | % 21.0 | % 20.7 | |
| | % 6.8 | % 3.1 | % 10.6 | % 20.4 |
| MHP | 29 | 7 | 49 | 85 |
| | % 19.7 | % 11.3 | % 22.6 | |
| | % 6.8 | % 1.6 | % 11.5 | % 20.0 |
| Has Parti | 21 | 8 | 36 | 65 |
| | % 14.3 | % 12.9 | % 16.6 | |
| | % 4.9 | % 1.9 | % 8.5 | % 15.3 |
| SP | 20 | 7 | 34 | 61 |
| | % 13.6 | % 11.3 | % 15.7 | |
| | % 4.7 | % 1.6 | % 8.0 | % 14.3 |
| BBP | - | 1 | 3 | 4 |
| | - | % 1.6 | % 1.4 | |
| | - | % 0.2 | % 0.7 | % 0.9 |
| Diğer | - | 4 | - | 4 |
| | - | % 6.5 | - | |
| | - | % 0.9 | - | % 0.9 |
| TOPLAM | 147 | 62 | 217 | 426 |
| | % 100 | % 100 | % 100 | % 100 |
| | % 34.5 | % 14.6 | % 50.9 | % 100 |

Partilerin gazetelere göre dağılımı Tablo 8’de yer almaktadır. Bu tabloya göre Günüşiği ve Ayışiği gazeteleri Ak Parti ile ilgili daha fazla haber yayınlamış ve bu partiyi önceleyen bir yaklaşım sergilemişlerdir. Günüşiği gazetesi, haberlerinin % 32.7’sini; Ayışiği gazetesi de % 35.5’ini iktidar partisine ayırmıştır. Konuya dengelilik açısından baktığımızda Günüşiği ve Ayışiği gazetelerinin bu konuda pek fazla istekli olduklarını söylememiz olanaksızdır. Turan gazetesi ise bu konuda daha dengeli bir tutum sergilemiş ve partilere birbirine yakın oranlarda yer vermiştir. Gazete, iktidar partisine ilişkin 50 haber yayınlarken muhalefet partileri olan CHP ile alakalı 45, MHP ile alakalı 49 haber yayınlamıştır. Parçadan bütüne doğru bir çıkarım yaptığımızda,

dengelik ilkesine riayet edildiğini söylemek mümkün değildir. Her üç gazetenin yayınladığı toplam haberin % 28.2'sinin (120) Ak Parti ile ilgili olması bu durumun göstergesidir.

Tablo 12. Partilere Göre Haberin Konumu

| PARTİ | Gazete | | | | | |
|---------------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | Günüşiği | | Ayışiği | | Turan | |
| | Manşet | Etek | Manşet | Etek | Manşet | Etek |
| Ak Parti | 20 | 28 | 8 | 14 | 14 | 36 |
| CHP | 8 | 21 | 2 | 11 | 14 | 31 |
| MHP | 8 | 21 | 4 | 3 | 13 | 36 |
| BDP | - | - | - | - | - | - |
| Has Parti | 4 | 17 | 1 | 7 | 3 | 33 |
| SP | 4 | 16 | 3 | 4 | 1 | 33 |
| BBP | - | - | 1 | - | - | 3 |
| Diğer | - | - | 1 | 3 | - | - |
| TOPLAM | 44 | 103 | 20 | 42 | 45 | 172 |

Tablo 9 incelendiğinde dengelik ilkesi ile ilgili daha net bulgulara ulaşabiliriz. Günüşiği gazetesinde manşetten verilen 44 haberin 20'si Ak Parti ile ilgilidir ve bu sayı % 45.4 gibi yüksek bir orana karşılık gelmektedir. Diğer partiler için ayrılan manşet sayısı ise sadece 24'tür. Aynı gazetede alt manşetten (etek) verilen haberlerde daha dengeli bir tutum tespit edilmiştir. Ancak manşetin dikkat çekme noktasında daha elverişli bir konum olduğu düşünüldüğünde, neredeyse her iki manşetten birini Ak Parti'ye ayıran Günüşiği gazetesinin dengeli bir habercilik yaptığını söylememiz mümkün değildir. Gazete, muhalefet partileri için dengelik ilkesini uygularken sıra iktidar partisine geldiğinde aynı titizliği gösterememiş ve Ak Parti'yi önceleyen bir tavır takınmıştır. Ayışiği gazetesi de 20 manşet haberin 8'ini Ak Parti'ye ayırmıştır ki bu oran % 40'tır. Bu gazete de ağırlığı iktidar partisine vermiş ve diğer partilere söz hakkı konusunda cimri davranmıştır. Turan gazetesi ise çok daha dengeli bir habercilik anlayışı benimsemiş ve hem manşetten hem de alt manşetten verdiği haberlerde tüm partilere birbirine yakın oranlarda temsil hakkı tanımıştır.

Tablo 13. Partilere Göre Haberin Niteliği

| Parti | Haberin Niteliği | | | | | TOPLAM |
|---------------|------------------|---------------|-------------------|-----------------------|--------------|---------------|
| | Bilgilendirme | Vaat | İddia/ suçlama | İddia/Suçlama ve Vaat | Cevap/Tekzip | |
| Ak Parti | 34 % 8.0 | 59 % 13.8 | 5 % 1.2 | 19 % 4.5 | 3 % 0.7 | 120 % 28.2 |
| CHP | 14 % 3.3 | 36 % 8.5 | 3 % 0.7 | 34 % 8.0 | - - | 87 % 20.4 |
| MHP | 6 % 1.4 | 23 % 5.4 | 18 % 4.2 | 37 % 8.7 | 1 % 0.2 | 85 % 20.0 |
| Has P. | 12 % 2.8 | 31 % 7.3 | 3 % 0.7 | 19 % 4.5 | - - | 65 % 15.3 |
| SP | 10 % 2.3 | 27 % 6.3 | 4 % 0.9 | 20 % 4.7 | - - | 61 % 14.3 |
| BBP | - - | 3 % 0.7 | - - | 1 % 0.2 | - - | 4 % 0.9 |
| Diğer | 1 % 0.2 | 1 % 0.2 | 1 % 0.2 | 1 % 0.2 | -- - | 4 % 0.9 |
| TOPLAM | 77 % 18.1 | 180 % 42.3 | 34 % 8.0 | 131 % 30.8 | 4 % 0.9 | 426 % 100 |

Partilerin, hangi nitelik göz önünde bulundurularak haber konusu edildiğine dair sonuçlar Tablo 10'da yer almaktadır. İlk bakışta önemsiz gibi görünse de bu tablo, dengeliliğe ya da dengesizliğe ilişkin ipuçları vermektedir. Tabloda görüldüğü üzere, gazetelerin bilgilendirici ve vaat içerikli haberlerinde Ak Parti ilk sırada bulunmaktadır. Unutulmamalıdır ki; bilgi verici haberler aday ve partinin tanıtımını yapmakta oldukça etkilidir; vaatler ise daha fazla ikna edici olabilmektedir. Bu açıdan baktığımızda dengenin iktidar partisi lehine bozulduğunu söylememiz pek de yersiz olmayacaktır. Kaldı ki, bu nitelikteki haberlerde Ak Parti ile muhalefet partileri arasındaki makas daha fazladır. İddia ve suçlamayla birlikte vaatleri de kapsayan haberlerde muhalefet partilerine fazla yer ayrılmış gibi görünse de kıyaslama yapıldığında bu oranların Ak Parti'nin yararına bir görünüm yansıttığı görülecektir.

Tablo 14. Partilere Göre Haberin Sayfası

| Parti | Haberin sayfası | | | TOPLAM |
|---------------|-----------------|---------------------|--------------|---------------|
| | 1. sayfa | 1. sayfa + iç sayfa | İç sayfa | |
| Ak Parti | 5 % 22.7 | 66 % 27.3 | 49 % 30.2 | 120 % 28.2 |
| CHP | 5 % 22.7 | 49 % 20.2 | 33 % 20.4 | 87 % 20.4 |
| MHP | 4 % 18.2 | 51 % 21.1 | 30 % 18.5 | 85 % 20.0 |
| Has P. | 3 % 13.6 | 36 % 14.9 | 26 % 16.0 | 65 % 15.3 |
| SP | 4 % 18.2 | 37 % 15.3 | 20 % 12.3 | 61 % 14.3 |
| BBP | 1 % 4.5 | 1 % 0.4 | 2 % 1.2 | 4 % 0.9 |
| Diğer | - - | 2 % 0.8 | 2 % 1.2 | 4 % 0.9 |
| TOPLAM | 22 % 100 | 242 % 100 | 162 % 100 | 426 % 100 |

Partilerin, gazetelerin hangi sayfalarında ve ne ölçüde yer aldığına ilişkin bulgular Tablo 11’de görülmektedir. Bu tabloya göre gazetelerin ilk sayfalarında dengeli bir paylaşım söz konusudur. Kanaatimizce bu dengeliliğin nedeni gazetelerin konuya gösterdiği hassasiyet değil, alanın darlığıdır. Nitekim birinci sayfada verilip iç sayfalara da yayılan haberlerde aynı hassasiyet görülmemektedir. Bunun yanı sıra iç sayfalarda yayınlanan haberlerde de dengeli bir yaklaşım gösterilmemiştir. Hem birinci sayfa ve iç sayfada, hem de sadece iç sayfalarda yer alan haberlerde Ak Parti’yi ön plana koyan bir habercilik anlayışı sergilenmiştir. Bu durum, gazetelerde iktidar Ak Parti’ye daha fazla alan ayrıldığına belirtisidir. Ak Parti ile alakalı toplam haber sayısı ve oran bu durumu doğrular niteliktedir. Öte yandan gazetelerin, muhalefet partilerine ayırdıkları alan birbirine yakınlık görülmektedir. Ancak bu yakınlık, dengelilik ilkesinin tesis edildiği anlamına gelmemelidir. Dengeliliğin sağlanması, muhalefet partilerine gösterilen hassasiyetin iktidar partisine; iktidar partisine tanınan önceliğe yakın bir önceliğin muhalefete de gösterilmesi ile mümkündür.

Tarafsızlığa ilişkin bulgular bölümünün ilk safhasında dengelilik ilkesine yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiş ve ortaya çıkan bulgulara değerlendirilmiştir. Bu safhada ise, tarafsızlığın diğer sacayağı olan nesnellik ilkesine dair analiz sonuçlarına yer verilecek ve elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılacaktır. Bu amaçla, haberlere kişisel yorum katılıp katılmadığı irdelenecektir. Bu noktada şunu belirtmekte fayda vardır; haberlerde öznel yorum olup olmadığı sorusuna verilecek cevap kişisel algılamaya ilintilidir. Herhangi bir haber metninde yer alan ve kişisel heyecanları yansıtan ibare ve sözcükler bize göre bir yorum katıldığı anlamına gelse de bir başkası tarafından kabul edilmeyebilmektedir. Bu nedenle yorumun bulaşıp bulaşmadığı ve yanlılığın olup olmadığının değerlendirilmesi okuyucuya bırakılmıştır. Bize düşen sadece, haber metinlerinde yer alan ve bu türden heyecanları yansıtan sıfat, ibare ve sözcükleri paylaşmaktır çünkü öznel yorumların katılıp atılmadığı sorusuna bu ibareler aranarak cevap verilmiştir. Bu sözcük ve ibareler şunlardır: “*coşkulu bir kalabalık, coşkulu bir karşılama, görkemli bir karşılama, vatandaşın yoğun ilgisi, halkın yoğun teveccühü, sevgi seli, yoğun sevgi gösterisi, kalabalık bir konvoy, coşkulu tezahüratlar eşliğinde, yoğun bir ilgiyle, başarılı politikacı, güzide siyasetçi, hizmete âşık siyasetçi, sevilen siyasetçi vs...*”

Tablo 15. Gazetelere Göre Haberlerde Yorum

| Gazete | Yorum | | TOPLAM |
|---------------|---------------|---------------|--------------|
| | Var | Yok | |
| Günişığı | 66 % 44.9 | 81 % 55.1 | 147 % 100 |
| Ayışığı | 15 % 24.2 | 47 % 75.8 | 62 % 100 |
| Turan | 70 % 32.3 | 147 % 67.7 | 217 % 100 |
| TOPLAM | 151 % 35.4 | 275 % 64.6 | 426 % 100 |

Tablo 12, gazetelerin yayınladığı haberlerde yorumun olup olmadığına ilişkin bulguları içermektedir. Elde edilen verilere göre, yayınladığı 147 haberin 66 tanesine (% 44.9) öznel yorumlar katan Günişığı gazetesi bu konuda ilk sırada yer almıştır. Turan gazetesi de bu konuda % 32.3'lük bir orana sahiptir ve gazete 70 habere yorum

bulaştırmıştır. Ayışığı gazetesi ise bu konuda biraz daha özenli davranmış ve % 24.2 gibi bir orana sahip olmuştur. Her üç gazetenin yayınladığı toplam haberin % 35.4'ünde yanlılığa rastlanmıştır ki bu oran azımsanamayacak düzeydedir.

Tablo 16. Partilere Göre Gazetelerde Yorum

| Parti | Gazete | | | Toplam |
|-----------|----------|---------|--------|--------|
| | Günışığı | Ayışığı | Turan | |
| Ak Parti | 27 | 8 | 24 | 59 |
| | % 40.9 | % 53.3 | % 34.3 | |
| | % 17.9 | % 5.3 | % 15.9 | % 39.1 |
| CHP | 7 | 4 | 13 | 24 |
| | % 10.8 | % 26.7 | % 18.6 | |
| | % 4.6 | % 2.6 | % 8.6 | % 15.9 |
| MHP | 17 | 2 | 19 | 38 |
| | % 25.8 | % 13.3 | % 27.1 | |
| | % 11.3 | % 1.3 | % 12.6 | % 25.2 |
| Has Parti | 6 | - | 8 | 14 |
| | % 9.1 | - | % 11.4 | |
| | % 4.0 | - | % 5.3 | % 9.3 |
| SP | 9 | 1 | 6 | 16 |
| | % 13.6 | % 6.7 | % 8.6 | |
| | % 6.0 | % 0.7 | % 4.0 | % 10.6 |
| Toplam | 66 | 15 | 70 | 151 |
| | % 100 | % 100 | % 100 | % 100 |
| | % 43.7 | % 10.0 | % 46.4 | % 100 |

Bu tabloya göre Günışığı gazetesi, Ak Parti ile alakalı olarak yayınladığı 27 habere yorum katmıştır. Günışığı gazetesinde Ak Parti ile ilgili olarak 48 haber yapıldığı düşünülürse (Tablo 8), bu 48 haberin % 56.2'sine yorum katıldığı anlamına gelecektir ki bu oran oldukça yüksektir. Aynı gazetede toplam 66 habere yorum katılmıştır ve bu sayının % 40.9'unda iktidar partisi konu edilmiştir. Günışığı gazetesinde bu konuda ikinci sırada MHP bulunmaktadır. Gazete, MHP ile ilgili 29 haber yayınlamış ve 17 tanesine yorum karıştırmıştır. Aynı gazetede yorum katılarak sunulan toplam haber sayısının % 25.8'inde bu parti yer almaktadır. Günışığı gazetesinde CHP'ye yönelik 29 haberin 7 tanesinde yoruma yer verilmiştir. CHP'nin toplam orandaki yeri ise % 10.8'dir. Has Parti ve SP Günışığı gazetesinde birbirine

yakın sayılarda habere konu edilmişse de bu gazete, SP ile ilgili haberlerine daha yüksek bir oranda yorum katmıştır. SP de bu oran % 13.6 iken Has Parti'de 9.1 olmuştur. Her üç gazetenin yorum katarak yayınladığı haber sayısı 151 haberdir ve bu sayının % 43.7'lik dilimini Günışığı gazetesi oluşturmaktadır. Bu dilimin % 17.9'unda Ak Parti bulunmaktadır ve yine ilk sıradadır.

Ayışığı gazetesinde yayınlanan 62 haberin 15 tanesine yorum karıştırılmıştır. Yorum katılan bu 15 haberin ilk sırasında yine Ak Parti yer almaktadır. Ayışığı gazetesi, yorum kattığı 15 haberin 8 tanesinde Ak Parti'yi konu edinmiştir. Gazete, hem habere en çok konu olan parti (22 haber) hem de en çok yorum katılan haber konusunda AKP'yi ilk sıraya yerleştirmiştir. Bu gazetede yorum karıştırılan haberlerin yarısından fazlasında (% 53.3) Ak Parti yer almıştır. CHP ise % 26.7'lik dilimle ikinci sıradadır. Bu partiyi % 13.3 ile MHP takip etmiştir. Gazete Has Parti ile alakalı 8 haberinin hiçbirine yorum karıştırmamış, SP ile ilgili 7 haberinde ise sadece 1 kez yorum yapmıştır. Ayışığı gazetesi, yorum yapılarak sunulan 150 haberin % 10'luk dilimini oluşturmuştur. Bu % 10'luk dilimin yarısından fazlasını Ak Parti oluşturmaktadır (% 5.3).

Turan gazetesi yayınladığı 217 haberin 70 tanesine yorum katmıştır. Yorum katılan bu 70 haberin 24 tanesi Ak Parti ile ilgilidir. Turan gazetesinin Ak Parti ile alakalı toplam 50 haber yayınladığını göz önünde bulundurursak bu haberlerin % 48'ine yorum katıldığı görülecektir. Gazetenin yorum katarak sunduğu 70 haberin % 34.3'ünde yine Ak Parti bulunmaktadır. Turan gazetesinde ikinci sırada MHP yer almaktadır. % 27.1'lik bir orana sahip olan MHP'yi % 18.6 ile CHP, % 11.4 ile Has Parti, % 8.6 ile SP takip etmektedir. Turan gazetesi, yorum karıştırılarak yayınlanan haberlerin toplam oranında % 46.4 ile ilk sırada yer almaktadır. Bu oranın % 15.9'u Ak Parti haberlerini içermektedir.

Her üç gazetenin yorum bulaştırarak yayınladığı 151 haberin üçte birinden fazlası (59 haber / % 39.1) Ak Parti ile ilgilidir. MHP için bu oran % 25.2, CHP için ise % 15.9'dur. Has Parti ve SP ise bu yüzdeler dilimde daha az yer işgal etmiştir. Muhalefet partileri hem haber sayısı bakımından, hem de yorum katılarak sunulan haber sayısında Ak Parti'nin gerisindedir. Bu oran gazetelerin hangi partiye daha çok yorum yaptığını veya yapmak istediğini göstermesi bakımından önemlidir.

Partilere göre gazetelerin yorum katarak yayınladığı haberlere ilişkin bir diğer dikkat çekici ve şaşırtıcı nokta ise yorumların yönelimidir. Araştırmaya konu olan üç

gazeteden hiçbirisi olumsuz bir kanaate yer vermemiştir. Kanaatimizce bu iyimserliğin üç olası nedeni vardır; ya adaylar bu gazetelerin nezdinde gerçekten başarılıdır ve vatandaş tarafından sevilmektedir, ya gazeteler çok iyi niyetlidir, ya da gazeteler bu süreçten nemalanmak ve seçim sürecinde hem de seçim sonrasındaki süreçte adaylara şirin görünmek istemektedir.

Bu çalışma, gazetelerde yer alan siyaset haberlerinin sunumunda tarafsızlığın ne ölçüde mümkün olduğu sorusuna yerel ölçekte bir cevap aramak amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde gazeteler görsel açıdan incelenmiş ve nasıl bir görsellikle sunulduğunun değerlendirilmesi yapılmıştır. İkinci olarak yayınlanan haberlerin niteliği ve konusu incelenmiştir. Son evrede ise tarafsızlığa yönelik çözümlenmeler yapılmıştır.

Dengelik ve nesnellik, tarafsızlığın sağlanabilmesi için gerekli olan iki temel ilkedir. Çalışmaya konu gazetelerin dengelik konusundaki tutumları Tablo 8, Tablo 9, Tablo 10 ve Tablo 11’de değerlendirilmiştir. Buna göre;

Günüşiği gazetesi bir aylık süre içinde yayınladığı siyaset haberlerinin önemli bir kısmında (% 32.7) Ak Parti’yi ilk sıraya koymuştur. Gazete manşetten verdiği haberlerde de Ak Parti’ye öncelik tanımış ve 44 manşet haberinin 20 tanesini Ak Parti’ye ayırmıştır. Bu nedenle Günüşiği gazetesinin dengeli bir habercilik yaptığını söylemek mümkün değildir.

Ayışiği gazetesi de sayfalarını en fazla Ak Parti ile alakalı haberlere ayırmıştır. Gazetede yayınlanan haberlerin % 35.5’i Ak Parti’yi konu edinmektedir. Ayışiği gazetesinde manşetten verilen haberlerde de Ak Parti % 40 gibi yüksek bir oranla ilk sıradadır. Bundan dolayı Ayışiği gazetesi de dengelik konusunda isteksiz davranmıştır.

Turan gazetesi ise sayfalarında partilere daha yakın oranlarda yer vermiştir. Gazete, iktidar partisine ilişkin 50 haber yayınlarken muhalefet partileri olan CHP ile alakalı 45, MHP ile alakalı 49 haber yayınlamıştır. Manşet konusunda da Turan gazetesi daha özenli davranmıştır. Gazete, 45 manşet haberden 14’er tanesini Ak Parti ve CHP’ye, 13 tanesini ise MHP’ye ayırmıştır. Turan gazetesi bu konuda dengeyi sağlamış görünmektedir.

Nesnellik ile alakalı çözümlenmeler ise Tablo 12 ve Tablo 13’de yer almaktadır. Buna göre;

Yayınladığı haberlerin % 44.9’una yorum katan Günüşiği gazetesi, nesnellik ilkesini fazla çiğneyen gazete konumundadır. Ayrıca bu gazete yorum katarak yaptığı 66 haberden 27 tanesinde Ak Parti’yi olumlayan bir tutum takınmıştır. Bu bakımdan

Günişığı gazetesi, tarafsızlığın çok uzağındadır ve gazetenin nesnel bir habercilik anlayışı benimsediğini söylemek oldukça zordur.

Ayışığı gazetesi, haberlerinin % 24.2'sine yorum katmış ve 15 haber, yorumuyla birlikte yayınlanmıştır. Öte yandan bu 15 haberin % 53.3'ü Ak Parti ile ilgilidir. Ayışığı gazetesi yorum konusunda en masum gazete görünse de Ak Parti önceleyen oranı nedeniyle nesnel davrandığını söylemek mümkün değildir.

Turan gazetesi, yayınladığı toplam haberin % 35.4'üne yorum katmıştır ve bu konuda ikinci sıradadır. Bununla birlikte bu gazete yorum kattığı 70 haberin % 34.3'ünde Ak Parti'yi tercih etmiştir ve nesnel davrandığını söylemek bir hayli zordur.

Yerel basında tarafsızlık konusunu ele aldığımız bu çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre;

Günişığı gazetesi tarafsızlık konusunda özenli bir tavır sergilememiştir. Gazete, sayfalarını en fazla Ak Parti'ye ayırdığı gibi, manşete yerleştirerek verdiği haberler açısından da bu partiye öncelik vermiştir. Bunun yanı sıra, yorum katarak sunduğu haberlerin ilk sırasında yine Ak Parti yer almıştır. Bu nedenle Günişığı gazetesinin dengelilik ve nesnellığe yaraşır bir habercilik anlayışı benimsediğini söylemek oldukça zordur ve gazete Ak Parti'yi önceleyen bir tutum içerisindedir.

Ayışığı gazetesinde de sütunları en fazla işgal eden parti Ak Parti olmuştur. Buna ilaveten, manşetten verdiği haberlerin büyük bir kısmına konu olan parti yine iktidar partisidir. Ayrıca bu gazetenin Ak Parti ile alakalı haberlerinin yarısından fazlasına partiyi olumluyan yorumlar katılmıştır. Bundan dolayı Ayışığı gazetesinin haberleri dengelilik ve nesnellikten bir hayli uzaktır. Gazete Ak Parti'ye yakın bir duruş sergilemiştir.

Turan gazetesi, sayfalarında partilere yakın oranda yer vermiştir. Ayrıca manşet haberlerinde de daha dengeli davranmıştır. Bu bakımdan Turan gazetesinin dengelilik konusunda diğer gazetelerden daha hassas davrandığını söylemek mümkündür. Ancak bu hassasiyet, söz konusu nesnellik olunca ortadan kaybolmuştur. Turan gazetesi, haberlerine en fazla yorum karıştıran gazetedir ve dilimin büyük bir kısmı yine iktidar partisi için ayrılmıştır.

Gazetelerin haberlere ne ölçüde yorum kattığı Tablo 12'de gösterilmiştir. Bunun değerlendirilmesi ise okuyucuya bırakılmıştır. Bütün bunların ötesinde; haberi en fazla yayınlanan partinin, en fazla manşete yerleştirilen partinin, yorum katılarak sunulan haberlere en fazla konu olan partinin, vaatleri en fazla yer bulan partinin iktidar partisi

olması gazetelerin hangi partiye yakın durduğunun işaretidir. Elbette ki haberlerin sunumunda, niteliğinde, konumunda, içeriğinde ve yorumlanmasında bir partinin üstünlüğü olacaktır. Bununla birlikte bütün kategorilerde iktidar partisinin üstün çıkması eğer gazetelerin yanlı olduğunu söyleyeceksek- hangi partinin yanında olduklarını da ortaya çıkaracaktır.

SONUÇ

Basın, hem demokratik anlayışlar hem de demokratik olmayan yönetim biçimleri için vazgeçilmezdir. Basın ve siyaset arasındaki ilişki, her farklı siyasal sistemin gerekleri ile örtüşür uygulamalar sonucunda şekillense de, değişmeyen tek şey bu vazgeçilmezliktir. Gerek demokratik sistemlerin gerekse baskıcı otoriter rejimlerin, basını denetleme ve kendi güdümüne sokma eğiliminde olduğu yadsınamaz bir gerçektir. İletişim tarihi ve siyasal tarih bu gerçeği doğrulayan örneklerle doludur.

Basın etiği kavramı, basının iktidarların yörüngesinden çıkıp güçlü şirketlerin çatısı altına girmesiyle birlikte telaffuz edilir olmuştur. Basın, liberalizmin ortaya çıkışıyla birlikte sorumluluklarını ikinci plana atmış ve önceliklerini ticari bir işletmenin önceliklerine göre belirlemiştir. Basının, esas sorumluluğu olan kamu yararını terk etmesi bir takım etik kaygıları da beraberinde getirmiş; bu kaygıların giderilmesi amacıyla meslek icracıları tarafından çeşitli savunma refleksleri geliştirilmiş ve denetim mekanizmaları devreye sokulmuştur.

Tarafsızlık ilkesi, basın etiğinin en çok tartışılan ögesidir. Bu tartışmanın temelinde, kelimenin değişken ve esnek bir anlamının olması nedeniyle kavrama yönelik yaklaşımların farklı olması yatmaktadır. Yaşanan bu fikir ayrılığını ortadan kaldırmak amacıyla tarafsızlık ilkesinin altı doldurularak nesnellik ve dengelik kavramları ortaya atılmış ve bu iki ilke tarafsızlığın belirlenmesinde iki temel direk olarak kabul edilmiştir.

Tarafsızlık ilkesine getirilen eleştiriler, hem liberal hem de eleştirel gelenek tarafından dillendirilmiştir. Modern liberal çoğulcu yaklaşımlar, tarafsızlık beklentisinin bütün tarafları nasıl tatmin edeceği sorusuna cevap bulamamış ve özellikle seçim dönemlerinde ortaya çıkması muhtemel bu sorunun nasıl çözüleceğini kestirememişlerdir. Okuyucunun beklentisi, gazetecilik mesleğinin farklı doğası ve haberin insanların ilgisini çeken bir niteliğinin olması da tarafsızlığın olamayacağını iddia edenlerin dayanağı olmuştur.

Eleştirel gelenek bu konuda daha ayrıntılı ve kapsayıcı bir söylem geliştirmiştir. Kitle iletişiminin siyasal, kültürel, tarihsel, ekonomik ve sosyolojik arka planı ile ilgilenen eleştirel geleneğin tarafsızlığa bakış açısı liberalizmin kabul ettiği anlayıştan bütünüyle farklıdır. Bu farklılığın temelinde haberin tanımı ve kitle iletişiminin işlevleri konusundaki fikir ayrılığı yatmaktadır. Eleştirel çalışmalara göre haber gerçekliği

olduğu gibi yansıtan bir ayna değil, egemenlerin kendi iktidar ve ideolojilerini meşrulaştırmak için kullandığı etkin bir silahtır. Kitle iletişimi ise bu silahın saklı olduğu cephaneliktir. Egemen sınıf da bu cephaneliğe sızmak için her yolu denemekte ve başarılı olmaktadır. Dolayısıyla tarafsızlık mümkün değildir ve esasında ideolojik bir hipnoz olup, iktidar sahiplerinin lehine kodlar üreten kitle iletişiminin bu üretimini perdeleyen bir örtüdür.

İlhamını geleneksel Marksist öğretilerden alan eleştirel disiplinlerin yelpazesi zaman içinde genişlemiş ve ideolojinin yanına egemen söylem, kültürün yanına hegemonya ve rıza kavramları yerleştirilmiştir. Geleneksel eleştirel tavırlar, tarafsızlığın olamayacağını ideolojik nedenlerle açıklarken, modern eleştirel tavırlar siyasal ve nedenlerle birlikte ekonomi, kültür ve dilbilimden istifade ederek bir çıkarım yapmaya çalışmışlardır.

Yerel basında tarafsızlık sorununu ele aldığımız bu çalışmanın yansıttıkları ülkemiz yerel basını için garipsenecek bir durum değildir. Teknolojik, mali ve mesleki pek çok sorunla boğuşarak var olmaya çalışan bir yapıdan işini hakkaniyetle yapmasını beklemek aşırı iyimserlik olacaktır. Bununla birlikte yerel siyasete eklemlenmiş veya bir şekilde bunun yolunu arayan, bu durumdan da memnun görünen bir sistemin demokrasi ve kamu yararı için gerekli olduğunu söylemek safdillikten öteye gitmeyecektir. Vatandaştan çok siyasetin hizmetinde olan, vaatlerin tutarlı ve iddiaların gerçekçi olup olmadığını sorgulayamayarak malumu ilan eden, verilen sözlerin takipçisi olmayan ya da olamayan, gazeteciliği edebiyat dergiciliği ile karıştıran, ilgi çekmeyen bilgileri aktarmayı habercilik sanan, sadece resmi ilan almak için gazete kuran, gazeteyi baba yadigârı olarak gören ve siyasi süreçten nemalanmayı hesaplayan bir anlayışın yaptığı iş gazetecilik değil fırsatçılıktır.

Unutulmamalıdır ki yerel basın, demokrasinin özümsebilmesi ve toplumların belli bir olgunluğa erişebilmesi için önemli hatta gereklidir. Bağımsız ve yaptığı işin öneminin farkında olan bir yerel basın, vatandaşlara daha geniş ve daha bilinçli bir bakış açısı kazandıracaktır. Yerel basının, görevini layıkıyla yapması ise; gücünü, siyasetin telkin, destek ve hibelerinden değil, özgürlüğünden alması ile mümkün olacaktır.

ÖNERİLER

Yazılı basında tarafsızlık sorunu oldukça geniş bir inceleme alanı barındırdığı için bu çalışmada bazı eksikliklerin olması kaçınılmazdır. Söz konusu eksikliklerin bir kısmı çalışma yapılırken, bir kısmı da çalışma tamamlandıktan sonra ortaya çıkmıştır. Bu nedenle sonraki benzer çalışmalar için önerilerimiz şunlardır:

1. Bu araştırma, tarafsızlık sorununu yerel ölçekte ele almış olmak birlikte, sadece seçim dönemine indirgenmiş ve 1 (bir) aylık süre ile sınırlandırılmıştır. Bu bakımdan sonraki araştırmalarda daha geniş bir zaman aralığının seçilmesi uygun olacaktır.
2. Bu çalışmada tarafsızlık sorunu, haber metinlerinin çözümlemek suretiyle tartışılmıştır. Sonraki benzer çalışmalarda haber metinleriyle birlikte köşe yazılarının da araştırmaya dahil edilmesi uygun olacaktır.
3. Bu araştırma yerel gazete haberciliği düzeyinde incelenmiştir. Sonraki benzer çalışmalarda yerel televizyon haberciliğini incelemek suretiyle görsel medyayı ele almak uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

- Adaklı G., Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya, Ankara, 2006.
- Akçalı S., “Kamu Çıkarını Korumak İçin Araştırmacı Gazetecilik Bir Alternatif Olabilir mi?”, *Gazi İletişim Dergisi*, S.: 18, 2003, s.: 73-97.
- Akdoğan Y., “Yerel Siyaset - Kavramlar”, Yerel Siyaset Sempozyumu, Okutan Yay., İstanbul, 2008, s.: 9-14.
- Altun A., “Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü”, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3 (12). 2005, 3, s.: 75-104.
- Alver F., Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri, Beta, İstanbul, 2007.
- Arabacı C., “Basın Birliği”, Medya ve Siyaset, Ed.: Damlapınar Z., 2. Baskı, Eğitim Kitapevi, Konya, 2008, s.: 79-139.
- Avşar Z., Demir V., Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim, Piramit Yay., Ankara, 2005.
- Ayhan B., Demirsoy A., “1960’dan Günümüze Konya’ da Yerel Gazetecilik”, *Selçuk Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.: 14, 2005, s.: 131-155.
- Aziz, A., Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Nobel, 2008, Ankara.
- Balcıoğlu N., “Yerel Basında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, Konrad Adenauer Vakfı, Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 15, Gaziantep, 1999.
- Bekiroğlu O., “Yerel Kamuoyunun Oluşumunda Yerel Basının Rolü -Trabzon Örneğinde Bir Araştırma-“, *Selçuk Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.: 19, 2008, s.: 131-151.
- Belsey A. Chadwick R. “Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı, Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar”, Der: Andrew Belsey ve Ruth Chadwick, Ayrıntı, İstanbul, 1998.
- Birsen H., “Birincil Haber Kaynaklarının Yerel Basında Sunumuna Dair Bir İnceleme”, *Erciyes Ün. İletişim Fak. Dergisi*, C.: 1, S.: 3, 2010, s.: 7-22.
- Birsen H., “Yerel Basın Yöneticilerinin Bakış Açılılarıyla Eskişehir Yerel Basını”, *Gümüşhane Ün. İletişim Fak. Elektronik Dergisi (e-gifder)*, S.: 1, 2011, s.: 115-142.
- Bodur F., Yerel Basında Yönetim ve Örgüt Yapısı, Anadolu Üniversitesi Yay., Eskişehir, 1997.

- Bolay S. H., Felsefi Doktrinler ve Terimler Sözlüğü, Akçağ, 6. Baskı, Ankara, 1996.
- Bülbül R., İletişim ve Etik, 2. Baskı, Nobel, Ankara, 2001.
- Büyükbaykal C.I., “Küresel Medya Yapılarının Yoğunlaşması”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, S.: 31, 2008, s.: 39-50.
- Cangöz İ., “Yurttaş Gazeteciliği ve Yerel Basın”, *Gazetecilik ve Habercilik*, Der.: S. Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yay., 2. baskı, İstanbul, 2005. s.: 107-124.
- Çakır V., Gülnar B., “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde Türkiye’de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.: 18, 2008, s.: 207-223.
- Çaplı B., *Medya ve Etik*, İmge Kitapevi Yay., Ankara, 2002.
- Çebi M. S., *Haber Anlamak*, Gazi Kitapevi, Ankara, 2002.
- Cereci S., *Medya Etiği*, Metropol, İstanbul, 2003.
- Çuhadar C., “Bazı Filozofların Düşüncesinde Devlet Kavramı”, *F.Ü. İlahiyat Fak. Dergisi*, 12:2, 2007, s.: 111-129.
- Cuilenburg J. V., “Medya ve Demokrasi, Televizyon Haberciliğinde Etik”, Ed.: Çaplı B. ve Tuncel H., Fersa Matbaacılık, Ankara, 2010, s.: 99-124.
- Curran J., “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme”, *Medya Kültür Siyaset*, Der.: İrvan S., Alp Yayınevi, 2. Baskı, Ankara, 2002, s.: 181-262..
- Demir V., *Medya Etiği*, Beta, İstanbul, 2006.
- Demir V., *Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi*, Beta, İstanbul, 2007.
- Doğan A., *Yerel Medyanın Siyasal Etkisi (2009) Yerel Seçimleri Örnek Olay İncelemesi*, F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2010, Elazığ.
- Doğan A., Göker G., “Yerel Medya Çalışanlarının Meslek Etiğine Bakışı (Elazığ Örneği)”, *F.Ü. İletişim Fakültesi, I. Medya ve Etik Sempozyumu*, 7-9 Ekim 2009, s.: 533-549.
- Dursun Ç., “Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek”, *Gazetecilik ve Habercilik*, Der.: Alankuş S., IPS İletişim Vakfı Yay., 2. Baskı, İstanbul, 2005, s.: 69-90.
- Eflatun, *Devlet*, M.E.B. Tavsiyeli 100 Temel Eser, Kum Saati Yay.
- Erdoğan İ., *İktidar-Egemenlik-Mücadeleye Giriş*, İmge, Ankara, 1997.
- Erdoğan İ., “Temel Bilgiler: Eleştirel Yaklaşımlarda İletişim Anlayışı”, *İletişim Kuram Araştırma Dergisi*, S.: 24, Kış-Bahar 2007, s.: 153-198.

- Erdoğan İ., Türkiye’de Gazetecilik ve Bilim İletişimi, G.Ü. Kırkınıcı Yıl Kitaplığı, No.: 7, Ankara, 2007.
- Evers H., “Medya Etiği”, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ed.: Çaplı B. ve Tuncel H., Fersa Matbaacılık, Ankara, 2010, s.: 45-59.
- Filiz Ş., “Ahlak Felsefesinin Temel İlkeler Perspektifinden Türkiye’ de Medya - Siyaset İlişkileri”, Medya ve Siyaset, Ed.; Damlapınar Z., 2. Baskı, Eğitim Kitapevi, Konya, 2008, s.: 39-56.
- Girgin A., Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik, İnkılap, Ankara, 2001.
- Girgin A., “Cumhuriyet Döneminde Türkiye’deki Yerel Basının Gelişmesi”, Yük. Lis. Tezi, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları: 50, İstanbul, 1997.
- Golding P. ve Murdock G., “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, Medya Kültür Siyaset, Der.: İrvan S., Alp Yayınevi, 2. Baskı, Ankara, 2002 s.: 59-100.
- Gönenç A. Y., “İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerine Etkileri”, II. Uluslararası İletişim Sempozyumu, 17-19 Mart 2004, s.: 437-448.
- Gökçe, O., İçerik Çözümlemesi, Teori-Metot-Uygulama, Sel-Ün Yayınları, Konya, 2001.
- Gökçe O., İletişim Bilimine Giriş, 3. Baskı, Turhan, Ankara, 2001.
- Göker G., v.d., “Basın ve Siyaset İlişkisi Kısacasında Haberde Tarafsızlık İlkesi”, F.Ü. İletişim Fakültesi, I. Medya ve Etik Sempozyumu, 7-9 Ekim 2009, s.: 233-250.
- Gökgücü I., Siyasal Parti Haberlerinde Tarafsızlık Kavramı, Ankara Ün., Sos. Bil. Ens., Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2007.
- Gurevitch M. ve Blumber G., “Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler”, Medya Kültür Siyaset, Der.: İrvan S., Alp Yayınevi, 2. Baskı, Ankara, 2002, s.: 263-294.
- Güngör N., İletişim Kuramlar Yaklaşımlar, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2011.
- Gürel N., “Yerel Basında Gazetecinin Tanımı, İşlevi, Çalışma Koşulları ve Sorunları”, *Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi*: 1, 2-3 Ekim 1997, İstanbul, Konrad Adenauer Vakfı, Syf.: 9-11.
- Hackett R., “Bir Paradigmanın Önemini Yitirışı: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik”, Çev.: İnal A., *Ankara Ün. İLEF Yıllık*, 1997-1998, s.: 31-72.
- Hansen A., İçerik Çözümlemesi, Çev.: Çebi M. S., Alternatif, Ankara, 2003.

- Hazar M., “Hegel ve Tarih Felsefesi”, *İletişim Kuram Araştırma Dergisi*, S.: 28, Bahar 2009, s.: 221-235.
- Ilgaz C., “Türkiye’de Yerel Gazetecilik”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, S.: 16, 2003, s.: 177-184.
- Işık M., *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri*, Eğitim Kitapevi, 2. Baskı, Konya, 2007.
- İnal A., *Haber Okumak*, Temuçin Yay., Ankara, 1996.
- İnal A., “Haber Medyası ve Seçim Kampanyaları”, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Ed.: Çaplı B. ve Tuncel H., Fersa Matbaacılık, Ankara, 2010, s.: 251-267..
- Işık M., “Türkiye’de İletişim Sisteminin Medya Siyaset İlişkilerine Yansımaları”, *Medya ve Siyaset*, Ed.: Damlapınar Z., 2. Baskı, Eğitim Kitapevi, Konya, 2008, s.: 147-163.
- İnuğur M. N., *Basın ve Yayın Tarihi*, 3. Baskı, Der Yay., İstanbul, 1993.
- Kabacalı A., *Türkiye’de Matbaa Basın ve Yayın*, Literatür, İstanbul, 2000.
- Kaya R., *Kitle İletişim Sistemleri, Teori*, Ankara, 1985.
- Kılıç S., “1864 Vilayet Nizamnamesi’nin Tuna Vilayetinde Uygulanması ve Mithat Paşa”, *Tarih Araştırmaları Dergisi*, C.: 24, , S.: 37, 2005, s.: 99-111.
- Kıvanç T., “Yerel Basın Deyince”, *Yeni Şafak*, 28 Mart 2000.
- Kocabaşoğlu U., “Tuna Vilayet Gazetesi”, *OTAM*, S.2, Ankara 1991, s.:141-149.
- Koç C., *Tek Parti Döneminde Basın İktidar İlişkileri*, Siyasal Kitapevi, Ankara, 2006.
- Koru F., “Medya Nereye”, *Zaman*, 17 Ağustos 1998.
- Koyukan B. R., “Anadolu Basını Hakkında İstatistiki Gözlemler”, *Kebikeç Dergisi*, S.: 2, Kepikeç Yay., Ankara, 1995. s.: 165-171.
- Lull J., *Medya İletişim Kültür*, Çev.: Güngör N., Vadi Yay., Ankara, 2001.
- Mazıcı N., “1930’a Kadar Basının Durumu ve 1931 Matbuat Kanunu”, *Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 9, C.: 5, S: 18, Ankara, 1998.
- Mora N., *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*, Alt Kitap, 2008,
- Mora N., “Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C.: 5, S.: 1, 2008, s.: 1-25.
- Morresi E., *Haber Etiği*, Çev.: Genç F., Dost Kitapevi, Ankara, 2003.

- Nacaroğlu D., “Yerel Radyo ve Televizyon Yayıncılığında Etik Sorunlar”, Fırat Ün. İletişim Fakültesi Medya ve Etik Sempozyumu, Bildiriler, 2009, s.: 517-522.
- Ozan R., “Kültürlerarası Ortamda Yerellik Olgusu”, 2nd Int. Symposium, Communication in the Millenium, Texas at Austin, İstanbul, 2004, s.: 955-963.
- Öğülmüş S., İçerik Çözümlemesi, *A.Ü. Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1991, C. 24 (1-2), s.: 213-228.
- Özer Ö., Liberal Basın, 2. Baskı, Literatürk, İstanbul, 2010.
- Özgen M., Gazetecinin Etik Kimliği, İ.Ü. İletişim Fak. Yay., 2. Baskı, İstanbul, 2002.
- Özkaya B. I., “Medya Etiği: Kuramsal Yaklaşımlar”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, S.: 16, 2003, s.: 123-135.
- Özkorkut N., “Basın Özgürlüğü ve Osmanlı Devleti’ndeki Görünümü”, *A.Ü. Hukuk Fak. Dergisi* 2002, S.:3, C.: 52, s.: 65 – 84.
- Öztekin H., “Haber Üretim Sürecinde Medyanın Ekonomi Politikası: Star Gazetesi Örneği”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, 2008, S.: 32, s.: 129-144.
- Pieper A., Etiğe Giriş, Çev.: Ataman V. ve Sezer G., Ayrıntı Yay., İstanbul, 1999.
- Sayılğan E., “Medya Sektöründe Rekabet Olgusu ve Medyaya Giriş Engelleri”, *Marmara İletişim Dergisi*, 2009 Temmuz, S.: 15, s.: 79-89.
- Shoemaker P. ve Reese S., “İdeolojinin Medya Üzerindeki Etkisi”, Medya Kültür Siyaset, Der.: İrvan S., Alp Yayınevi, 2. Baskı, Ankara, 2002, s.: 127-180.
- Sunay C., (2008), “Türkiye’ de Yerel Siyasetin Tarihi Gelişimi”, Yerel Siyaset Sempozyumu, Okutan Yay., İstanbul, 2008, s.: 34-67.
- Şeker M., Yerel Gazeteler, Konya: Tablet Kitapevi, Konya, 2007.
- Şeker M., “Yerel Gazeteler ve Resmi İlan”, *Selçuk İletişim Dergisi*, C.: 4, S.: 1, 2005, s.: 101-115.
- Tamer M.N., “Tarihsel Süreçte Sivil Toplum”, *Hacettepe Ün. Edebiyat Fak. Dergisi*, C.: 27, S.: 1, Haziran 2010, s.: 89-105.
- Taş O., “Medya Etiğinin Tarihsel Temelleri ve Gelişimi”, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ed.: Çaplı B. ve Tuncel H., Fersa Matbaacılık, Ankara, 2010, s.: 3-23.
- Taşdemir E., “1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı ve Basın – Siyaset İlişkisi”, *Selçuk İletişim*, 3, 4, 2005. s.: 173-180.

- Tekinalp Ş., “İletişim Araştırmalarında İdeoloji ve Küreselleşme: Eleştirel Bir Bakış”, Kocaeli Ün. İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi (KİLAD), S.: 1, 2002, s.: 9-32.
- Tekinalp Ş., “Postmodernist Dördüncü Kuvvet: Köşe Yazarları”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, S.: 31, 2008, s.: 119-130.
- Tokgöz O., “Kamu Yönetiminde Medyanın Rolü”, *Amme İdaresi Dergisi*, C.: 31, S.: 1, Mart 1998, s.: 45-56.
- Tokgöz O., Temel Gazetecilik, 8. Baskı, İmge, Ankara, 2010.
- Topuz H., II. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2003.
- Tüfekçioğlu, H., İletişim Sosyolojisine Başlangıç, Der, İstanbul, 1997.
- Uluç G., Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı-Olanaklar-Sorunlar-Tartışmalar, Anahtar Kitaplar, İstanbul, 2003.
- Uzun R., İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar, Gazi Ün. İletişim Fak. Kırkinci Yıl Kitaplığı, No.: 2, Ankara, 2007.
- Vural A. M., Yerel Basın ve Kamuoyu, Anadolu Ün. Açıköğretim Yay., Eskişehir, 1999.
- Vural B.A., Coşkun G., “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Etik”, *Gümüşhane Ün. İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Sayı 1, 2001, s.: 61-87.
- Yaşın C., “Türkiye’de Yerel Basının Yapısal Özellikleri ve Üretim Koşulları”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S., 28, Bahar 2009, s.: 115-151.
- Yıldırım Y., Elazığ Basınının Öncüsü Mamuratül-Aziz Vilayet Gazetesi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 1997.
- Yılmaz N., “Yerel Basının Etik Sorunları”, *İ.Ü. İletişim Fak. Dergisi*, S.: 36, 2009, s.: 131-143.
- <http://www.aa.com.tr/tarihce/> (15.12.11)
- <http://www.cihandergi.com/detay.php?id=295&did=21> (18.05.11)
- <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130847878.pdf> (01.11.11)
- <http://cim.anadolu.edu.tr/pdf/2004/1130855285.pdf> (19.06.11)
- <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/809/10292.pdf> (05.10.11)
- <http://www.haber7.com/haber/20090807/Turkiyenin-yazili-medya-istatistikleri.php> (20.02.12)

- <http://www.irfanerdogan.com/kitaplar/gaztclk2007book.pdf> (04.01.12)
- <http://www.irfanerdogan.com/intro2com/mediaideology.htm> (08.01.12)
- <http://www.konrad.org.tr/Medya%20Mercek/20bajohr.pdf> (25.12.11)
- <http://medyadernegi.org/roportaj-alper-gormus-ile-medya-etigi-uzerine> 18.05.11
- <http://www.milligazete.com.tr/makale/medya-ve-siyaset-iliskisi-nereye-gidiyor-136961.htm> (16.12.11)
- http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/medya_calismalari_medya_pedagogjisi_ve_kuresel_iletisim.pdf (01.01.12)
- <http://tdkterim.gov.tr/bts/> (16.05.2011)
- <http://tdkterim.gov.tr/bts/> (27.12.11)
- <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/> (17.12.2011)
- <http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html> (06.12.11)
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=3914> (20.02.12)
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=3918> (20.02.12)
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=6330> (20.02.12)
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=8594> (20.02.12)
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/Prens_\(kitap\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Prens_(kitap)) (29.12.11)
- <http://yenisafak.com.tr/arsiv/2000/mart/28/tkivanc.html> (25.12.11)

ÖZGEÇMİŞ

Mehmet Ferhat SÖNMEZ 1982 yılında Elazığ'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Elazığ'da tamamladı. 2000 yılında Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümünü kazanarak, 2005 yılında mezun oldu. 2009 yılı Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim dalında Yüksek Lisans öğrenimine başladı.