

MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ ÖNEMLİDİR

MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜNÜ VE KARŞISINDAKİ
ENGELLERİ ANLAMAK



South East European
MEDIAOBSERVATORY

MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ NASIL TANIMLANIR?

Basının kamu yararı ve demokrasiye hizmet edebilme yeteneği açısından hayati önem taşıyan belli özelliklerin tümünün değerlendirilmesini sağlamak amacıyla gerçekleştirilen Güneydoğu Avrupa Gözlemevi (South East European Media Observatory) araştırması, medyanın ve gazeteciliğin kamu hizmeti değerini ifade eden “medya dürüstlüğü” kavramını ortaya koymuştur.

Medya dürüstlüğü, medyaya yönelik politikalar, basının yapısı ve bu alandaki uygulamalar ile bunların birbirleriyle olan ilişkileri de dâhil olmak üzere, basının kamu yararına ve demokratik süreçlere hizmet edebilmesini mümkün kılan ve aşağıdaki şekillerde gözlemlenen birçok niteliği içermektedir:

Belli özel veya resmî çıkarlardan bağımsızlık ve özgürlük.

Medya kuruluşlarının kendi faaliyetleri ve çıkarları konusunda şeffaf olması, belirli bir özel grup veya devlet kurumu ile yakınlığı veya bağlılığı varsa açıkça ifade ve ifşa etmesi.

Etik ve profesyonel standartlara saygı ve bağlılık.

Vatandaşlara karşı sorumluluk ve duyarlılık.

Medya dürüstlüğü, daha da dar kapsamlı olarak belirtmek gerekirse:

Belli özel ya da kamu kaynaklarına bağlı olmadan, onlara hizmet etmeden ve bu tür kaynaklarla müştericilik ilişkileri içinde olmadan vatandaşlara doğru ve güvenilir bilgi sunabilmek ve

vatandaşların önyargı ve propagandaya maruz kalmadan geniş bir yelpazede değişik görüş ve fikirlere erişim ve bu fikirleri ifade etme kabiliyeti olmasını garanti altına alma kapasitesine işaret eder.

Medya dürüstlüğü aynı zamanda gazetecilerin ve diğer medya profesyonellerinin:

Mesleki özerklik ve standartlara uygun davranma, özel kuruluşlar veya devlet kurumları yararına mesleğini alet ederek kirliliğe girmek yerine, kamu yararına hizmet etme ilkesine sadık kalabilme kapasitesini de içermektedir.

Yukarıda sözü edilen kapasite, gazetecilerin belli çıkar veya kaynaklara bağlı olduğu durumlarda bu konuda şeffaf davranmalarını ve bu tür koşullar altında dâhi mesleki standartlara uyma konusundaki kararlılığını da içerir.

MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜNÜ NE TEHLİKEYE ATAR?

Bütünsellik yaklaşımı uygulayarak ve bunu risk tabanlı analitik bir çerçeveye uyarlayarak medya dürüstlüğünü tehlikeye sokacak dört risk alanı belirledik:

Medyaya dair politika geliştirilmesi ve uygulanmasına dair riskler.

Medya yapıları (sahiplik, finansman, ve kamu hizmeti yayıncılığı) ile ilgili riskler.

Gazeteciler ve gazetecilik/medya deneyimlerine dair riskler.

Bu üç alana özgü diğer riskler.

Risk alanlarının belirlenmesi ve özgün risklerin tanımlanmasından sonra medya dürüstlüğü araştırması, medya dürüstlüğünü tehdit eden belirli risklerin anlaşılmasına yardımcı olabilecek ilişkiler, uygulamalar ve aktörlerin, araştırma kapsamındaki ülkelerde nasıl görüldüğünü açığa çıkarmak üzere tasarlanmış ve yürütülmüştür.

1 MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ RİSK ALANI: POLİTİKA GELİŞTİRME VE UYGULAMA

RİSKLER

Medya sektörü için herhangi bir reform ve geliştirme stratejisi ortaya konmamıştır veya belli çıkar çatışmaları yüzünden hayata geçirilememektedir. Bu şartlar altında, dönemin hâkim anlayış ve çıkarlarına paralel dönemselsel medya politikaları geçerli olmaktadır.

Medya politikalarına yönelik mekanizmalar ve önlemler, kapsamlı analizlere, strateji ve toplumsal müzakerelere dayandırılmaksızın hazırlanmaktadır. Bunun ana nedeni ise, uygulama prosedürünün bilgi ve kamu yararını değil, söz konusu ülkedeki belli grupların ticari ve politik çıkarlarını esas alarak hazırlanmasıdır.

Medya politikasıyla ilgili kanunlar (şeffaflık, gücün tek elde yoğunlaşması ve medya bağımsızlığı gibi konularda yapılan düzenlemeler de dâhil olmak üzere) geliştirilmemiştir veya tutarsızlıklar içermektedir veya etkin olarak uygulanmamaktadır. Bu durumların her biri, hâkim olan siyasi grupların ve işadamlarının çıkarlarının, etkin medya politikası mekanizmalarının varlığına ters olduğunu gösterir.

Medyada gücün tek elde yoğunlaşmasını engelleyecek, şeffaflığın sağlanmasına yönelik ve medya bağımsızlığını sağlayacak mevzuatı da içeren medya politikaları ya hiç oluşturulmamış ya da istikrasız ve yetersiz uygulamalar yüzünden hayata geçememiştir. Baskın resmî grupların veya işadamlarının bu alanda yeterli medya

politikası mekanizmalarının oluşturulmasını veya etkin biçimde uygulanmasını engelledikleri gözlemlenmektedir.

Basınla ilgili mevzuat sık sık değiştirilmektedir ve istikrar ve uygulama çözümlerinden yoksundur. Hayata geçirilme düzeyi düşüktür. Medya mevzuatının benimsenmesi, toplumsal düzeyde tartışmalar ve siyasi uzlaşma sonucu değil, yoğun siyasi çatışmaların ve kutuplaşmaların ürünü olarak gerçekleşmiştir. Bu şartları yaratan medya mevzuatının oluşturulması ve benimsenmesinin engellenerek medyanın bizzat belirli (veya zıt) politik ve özel çıkarlara hizmet aracı haline gelmiş olmasıdır.

Medya politikası ortaya koymakla yükümlü kurum ve kuruluşlar (ve bu tür kurumlardaki resmî görevliler ve kamu temsilcileri), medya politikası üretebilecek kapasiteye sahip değildirler. (Veri toplama, analiz yapma veya yaptırma, “bilgi ve vizyon bazlı” stratejiler, mevzuat ve önlemler geliştirmede yeterli kapasiteye sahip değildirler, çalışan sayıları yetersizdir, çalışanlar niteliksizdir.vb). Medyadan sorumlu kurumlarda veya medya mevzuatını düzenlemekle görevli kurumlarda çalışan bilgili ve dürüst insanlar veya düzenleyici kuruluşların üyeleri ise, siyasi ve özel çıkar gruplarının çeşitli baskı ve kampanyalarına maruz kalmaktadır.

Medya politikası üretmekle görevli kurum ve kuruluşlarda çalışanlar ve bu politikaların üretilmesinde izlenen süreçler siyasi partiler gibi belli grupların, toplum yararına olmayan, özel ve siyasi çıkarlarının denetimine maruz kalmaktadır. Medya politikası belirlemedeki başlıca unsurlar belli çıkar gruplarının aracı haline gelmiştir. Bu durum, çoklukla “al gülüm ver gülüm” tarzı bir çerçevede gerçekleşmektedir.

Bağımsız, devletle ve ticaretle ilişkisi olmayan aktörler de vatandaşlar gibi medya politikası geliştirme ve uygulama sürecinin tamamen dışında bırakılmaktadır. Bu kesim, kendi kendilerine örgütlenemeyen ve toplumsal müzakerelerde yer alabilecek inisiyatif ve kurumsal kapasiteden yoksun aktörleri kapsamaktadır.

Medya politikası geliştirmek ve uygulamakla yükümlü olan hükümet ve meclisteki politikacılar, medya alanında uzmanlıktan uzak oldukları gibi bu alandaki çıkarlarla doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içindedirler.

Yeni politika düzenlemeleri yapılıp, yasal hükümler getirilse bile, bu değişikliklerin uygulanmasını gerçekleştirecek yeni kurumları kurulmamaktadır veya mevcut kuruluşlar bu yeni görevleri yerine getirebilecek şekilde güçlendirilmemektedir.

Bu alanda düzenlemeleri gerçekleştirecek kurumlar ne kağıt üzerinde ne de fiili olarak yeterli güce sahiptir, ya da bu kurumlara toplum yararına hareket edebilecek şekilde kendilerini geliştirme ve uzmanlaşma olanağı verilmemektedir. Yönetici ve karar alıcı seviyelerdeki düzenleyici kurumlar, esasen yapıları ve iktidar tarafından tayin edilen kişilerden oluşmaları nedeniyle toplum yararına değil, siyasi veya iş dünyası gruplarının çıkarları doğrultusunda etkilere açıktırlar.

Düzenleyicilerin işlemleri ve kararları şeffaf değildir, kararlarına ve finansal tabloları dâhil belgelerine erişmek olası değildir. Bir anlamda kamunun bu kurumların çalışmalarını ve rolünü izleme olanaklarının önü kesilmiştir.

Düzenleyici kurumların lisans ve frekans tahsisleri veya kendi denetleme ve yaptırım güçleri dâhilinde uygulayacakları önlemler, belirli siyasi ve özel çıkarlara hizmet amaçlı veya doğrudan bu çıkar gruplarının etkisi altında gerçekleşmektedir.

Özelleştirmeye yönelik medya politikaları, bariz bir şekilde belirli özel ve siyasi çıkarlara yönelik etki altında kalmış, önemli medya kaynakları (finansal ve sembolik değerler açısından) kontrol altına alınarak bu kaynakların tamamı söz konusu çıkarlar yararına kullanılmış ve bu uğurda heba edilmiştir.

Ombudsman, yolsuzluğu önleme, bilgi edinme hakkını denetleyen kuruluşlar gibi bağımsız resmî kurumlar da kamu bütçe ve harcamalarını denetleyen bağımsız kuruluşlar da; medya politikası veya medya sektörünü sorgulama ve sektöre müdahale edebilecek yasal dayanaktan ve kapasiteden yoksundur.

Özdenetim kurumları ve mekanizmaları gelişmemiştir veya basındaki kutuplaşma dolayısıyla etkileri ve kabul edilebilirlikleri kaybolmuştur.

Özdenetim kurumları ve mekanizmalarının politik araç haline gelmiş ve kutuplaşmış olan gazeteciler ile basın camiasının desteğini alamadıklarından finansal kaynakları da yoktur.

2 MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ RİSK ALANI: MEDYA YAPILARI VE KURUMLARI

2.1 MEDYA SAHIPLİĞİ

RİSKLER

Medya kuruluşlarının sahiplik yapısı şeffaf değildir. Kâğıt üzerinde sahipler bilinse bile gerçek sahipler ve/veya yatırımın kaynağı hakkında veriler gizlidir.

Medya kuruluşlarına sahip olmak, medya pazarına duyulan stratejik ilgi sonucu değil, aksine medyayı politik çıkarlar doğrultusunda propaganda amaçlı veya karışık görüşleri karalamak maksadıyla ve/veya medyayı ticari amaçlarına alet eden siyasi gruplarla işbirliği için kullanmak üzere (belli bir “rant” ve imtiyaz elde etmek amacıyla) yapılmaktadır.

Ulusal ve yerel medya pazarlarında önde gelen medya sahipleri, medyayı kendi propagandalarını yapmak veya karışık grupları karalamak ve/veya ticari gruplarla siyasilerin arasında patron-müşteri temelli ilişkiler yaratması için kullanmaktadır.

Medya mülkiyeti modelleri, medya kuruluşu sahiplerinin, toplumsal çıkarları ve basının demokratik rolünü hiçe sayarak, medyayı siyasi çıkarları ve çatışmaları

için veya belli işadamları yararına araç olarak yoğun bir şekilde kullanmalarını mümkün kılmaktadır.

Medya sahipliği, -yatay, dikey ve çapraz sahipliklerle- belli bir politik grup veya işadamlarının elinde toplanmış durumda, kamu yararını ve medyanın demokrasideki rolünü hiçe sayarak bu gruplara ait siyasi ve ticari çıkarlara hizmet etmektedir.

Devlete ait olan medya, ulusal ve yerel düzeyde, belli siyasi gruplar ve hükümetteki gruplara yakın iş çevrelerinin çıkarlarına hizmet etmektedir. Bu durum, anahtar personelin atamalarında ve yayın politikasına da yansımaktadır. Kimi zaman, bu tür kuruluşların altyapı, bina, sermaye, profesyonel kapasite gibi kaynakları ihmal edilebilir ya da özel kuruluşlara devredilir. Bu durum devlet medyasının hem mâli hem de mesleki olarak çöküşüne yol açar.

Devlet medyasının özelleştirilmesi şeffaflıktan uzak ve/veya belirli bir siyasi ve ticari grubun çıkarlarını gözeterek siyasi ilişkiler temelli olarak bu gruba kaynak, etki ve denetim gücü sağlayacak şekilde gerçekleştirilmiştir veya hâlihazırda gerçekleştirilmektedir.

Devlete ait basın kuruluşlarının özelleştirilmesi belli siyasi grup ve çıkarların denetim gücünü ve etkisini, bu kurumlardaki anahtar personel atamaları veya bu kurumlarla ilgili mâli araçları kullanmak suretiyle devam ettirmek için ertelenmiştir ya da engellenmektedir.

Pazarda hâkim durumda olan haber ajansı devlete aittir; yönetim yapısı, işlemler ve yayın politikaları, hükümette yer alan grubun tamamen etkisi ve denetimi altındadır, ve anahtar personeli hükümet tarafından atanır.

Batılı çokuluslu medya şirketleri de dâhil olmak üzere yabancı medya kuruluşlarının sahipleri, medya dürüstlüğüne tehlikeye atan risklere, bizlerin ülkelerinde var olan şeffaflıktan uzaklık, siyasi araçsallaştırma, patronaj ilişkileri ve yasal ve etik kurallara karşı saygısızlık gibi unsurları kendi yapı, karar, faaliyet ve uygulamalarına eklemleyerek, bunlara katkıda bulunurlar.

Bankalar, banka sahiplerinin sermaye borçları yüzünden basın üzerinde haddinden fazla denetim kazanmışlardır. Bankaları yöneten siyasi ve ticari gruplar lehine basının bir araç olarak kullanılmasını kolaylaştıran bir durum ortaya çıkmıştır.

Medyanın gizli sahipleri, organize suç gruplarıdır ve basını kullanarak kendi çıkarları doğrultusunda, tartışmalı konularda gerçekleşen kamusal ve siyasi iletişime müdahalede bulunmaktadır.

Yüzeyde görünen medya sahipliklerinin arkasında basın kuruluşlarının gerçek sahipleri gizli servislerdir. Böylelikle bu servisler, belli siyasi grupların ve iş çevrelerinin gizli çıkarları doğrultusunda tartışmalı içerik sunarak kamusal ve siyasi iletişime müdahale imkânı buldular.

Bağış desteği ile kurulan medya kuruluşlarının sahipleri başlangıçta belirledikleri, medyanın demokratikleşmesi, basının demokratik rolünü güçlendirmek, vatandaşların doğru haber ve analizlere ulaşabilmesini sağlamak gibi amaçlarından vazgeçmişlerdir veya medyayı belli siyasi ve ticari çıkar gruplarının aracı haline getirmiş ya da şirketlerini benzeri çıkarlara hizmet edecek yeni sahiplere satmışlardır.

Kâr amacı gütmeyen, devletle bağı olmayan, yerel/ulusal siyasi ve ticari çıkarlarla ilişkisi olmayan alternatif halk medyası ise, zayıf, istikrarsız organizasyonu ve finansal yapısı ile ancak uluslararası bağışçıların proje bazlı desteğine (dolayısıyla gündemine) bağımlıdır.

Etnik azınlıkların medyası ise, kendi toplumlarındaki başat politik grubun siyasi ve ticari çıkarlarının aracı olmuş ve demokratik ve katılımcı potansiyelini ve medyanın bu alandaki rolünü zayıflatmıştır.

Yeni medya şirketleri, şeffaf olmayan mülkiyet yapıları üzerine kurulmuştur ve yatırımın kaynağı ve kuruluşların faaliyetleri, belirli bir politik ve ticari çıkara yönelik araç olarak kullanıldıklarını gösterir.

Medya şirketlerinin iflası veya çöküşü rekabetçi bir medya ortamındaki başarısızlıktan değil, müşteri temelli yapılar ve ilişkilerin, normal iş faaliyetleri ve rekabetin işlemesine olanak vermemesinden kaynaklanmaktadır.

2.2 MEDYA FİNANSMANI

RİSKLER

Medya finansmanı konusundaki veriler şeffaf değildir. Medya şirketleri gelir kaynaklarını gizlemektedir.

Medya kuruluşları yasal gelir kaynakları yetersiz olmasına rağmen faaliyetlerini sürdürmektedir.

Mevcut iş gücünün sayısı, yapısı, statüsü, ve ücretleri de dahil olmak üzere medya üretim maliyetleri gizlidir.

Medya finansmanını ve medya dünyasının şeffaflığını etkileyen kilit verilere erişim yoktur veya ulaşılan veriler güvenilir değildir. Bu veriler şunları içermektedir: tiraj, abonelik rakamları, satılan nüsha sayısı, yazılı basında okur sayısı, TV ve radyolar için rating oranları ve dinleyici verileri, reklam pazarından gelen toplam tutar ve paylar vs. Ne bu tür verilerin güvenilir bir yöntemle doğrulanmasına yönelik bir mekanizma, ne de medya sektörünün şeffaflık ve özdenetim aracı olabilecek bağımsız bir denetim uygulaması bulunmaktadır. Bu tür verileri hazırlayan firmalar belirli amaçlara hizmet eden araçlardır.

Medyada verilen reklamlar ya doğrudan ya da reklam ajansları vasıtasıyla politik yakınlığa veya müştericilik temelli ilişkilere dayanarak dağıtılmaktadır.

Kamu adına verilen reklamlar, kamu şirketlerinin ve kamu yetkililerinin reklamları, ihale ilanları da dâhil olmak üzere, ulusal, bölgesel ve yerel kanallarda, şeffaflıktan uzak yöntemlerle iktidar sahibi politik grubun ticari ve siyasi çıkarlarına göre dağıtılmaktadır.

Kamu reklamları hükümetteki grubu desteklemek için orantısızca dağıtılmaktadır. Eleştirel medya, dinleyici payından bağımsız olarak devlet kurum ve kuruluşlarından reklam alamamaktadır

Ulusal veya yerel düzeyde tüm medyaya gelir sağlayan reklam pazarının çok önemli bir bölümünü kamu reklamları, sponsorlukları, promosyon kampanyaları ve devlet bütçesinden akan diğer finansal imkânlar oluşturur.

Devletin medyaya ve medya alt sektörlerine uyguladığı vergi miktarları iktidardaki siyasi güç tarafından ceza veya ödül vasıtası olarak iktidar grubunun siyasi ve ticari menfaatleri doğrultusunda kullanılmaktadır.

Medya sektöründe devlet desteği ne yeterli ne de şeffaftır; siyaset etkisi altında uygulanmaktadır.

Banka kredileri, borç geri ödemeleri ve diğer banka ayarlamaları medyaya siyasi yandaşlık veya müştericilik ilişkileri doğrultusunda verilmektedir.

Medya sektöründe aboneliklerden ve/veya satışlardan elde edilen (vatandaşlarla doğrudan tüketici ilişkisinden kaynaklanan) gelirler toplam gelirin çok küçük bir bölümünü oluşturmaktadır.

Medya sektöründe bağışçı desteği demokrasinin gelişmesine gönül vermiş, insan haklarına ve eşitliğe saygılı, “medyanın demokratikleşmesi” hareketinin kapasitesini artırmaya ve çalışmalarını gerçekleştirmesine başlangıçta büyük ölçüde katkıda bulunmuş olmakla beraber, bu desteğin devamlılığı sağlanamamıştır. Vatandaşlardan, kullanıcılardan ve aynı değerlere saygı duyan diğer kaynaklardan gelen destek de bağışçıların verdiği desteğin yerini alamamıştır. Sonuçta, bu tür medya da başta sahip çıktığı değerlere saygı duymayan siyasi çıkar ve özel sektör gelirlerine ve etkilerine açılmak zorunda kalmıştır.

Yolsuzluk ve iktidarın kötüye kullanımı gibi haberleri ortaya çıkarmak için yapılan araştırmacı gazetecilik faaliyetleri var olan basın kuruluşlarından ya da ülkedeki başka bir kaynaktan hiç destek bulamamakta, zaman zaman uluslararası bağışçıların desteğiyle yürütülmektedir.

2.3 KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI

RİSKLER

Kamu hizmeti yayıncılığını yöneten organların yapısı, hükümetin ve/veya belirli siyasi grubun yayın politikaları ile kurumdaki atama ve işten çıkarılma süreç ve mekanizmaları üzerinde etkili olmasına imkân sağlamaktadır.

Kilit personel ve yayından sorumlu personel hükümetlerle değişmektedir.

Kamu hizmeti yayıncılığının finansal ve diğer kaynakları yetersiz ve istikrarsızdır.

Finansal kaynakların kamu hizmeti yayıncılığında kullanımı şeffaf ve objektif ölçüt ve kurallara bağlı değildir.

Hükümet, lisans ödeneğine dair kamuoyunda herhangi bir tartışma olmaksızın karar verir. Kamu hizmeti yayıncılığı bütçesinin önemli bir kısmını doğrudan hükümetten alır.

Kamu hizmeti yayıncılığında çalışan gazetecilerin ve diğer çalışanların maaşlarını hükümet belirler.

Kamu yayıncılığında reklam satışlarına yönelik sözleşme ve anlaşmalar, ortak yapımlar, bağımsız yapımların satın alınması, şeffaf ve bağımsız kriter ve süreçlere dayanmamaktadır. Bu tür düzenlemeler politik ve ticari çıkarlar doğrultusunda ve müşteri temelli ilişkiler çerçevesinde yapılmaktadır.

Mâli tablolar ve kaynakların kullanımı yeterli ve bağımsız bir denetime tabi değildir; kamu yayıncılığı kurumunun mâli hesap verme yükümlülüğü yoktur ya da çok yetersizdir.

Kamu yayıncılığı faaliyetlerini yerine getiren kurumların finansal kaynakları hakkında şeffaflık yoktur ve halk bu konuda bilgilendirme hakkından yoksundur.

3 MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ RİSK ALANI: GAZETECİLER

RİSKLER

Gazeteciler, (eğitim ve beceriler de dâhil olmak üzere bireysel rekabet gücü, kurumsal ve yatay profesyonel sosyalleşme açısından) yetersiz olduklarından, basın demokratik rolünü yerine getirmesini engelleyen yapılara karşı direnmemektedirler.

Müşteri temelli ilişkilerin aktörlerini ve bu tür olayları açığa çıkaran, politika ve iş dünyasındaki ve medyadaki yolsuzlukları araştıran gazeteciler ise baskı, tehdit, saldırı ve şiddete maruz kalmaktadır.

Gazeteciler politika ve iş dünyasının karşısında müşteri rolünü benimsemiştir ve bunun karşılığında çeşitli kazançlar ve ayrıcalıklarla ödüllendirilmektedirler. Bu uygulamalar siyasi ve ticari konularda yanlı haberler hazırlamak suretiyle oluşmaktadır.

Editörler, profesyonel rekabet güçlerine ve dürüstlüklerine göre değil, siyasi yandaş olup olmadıklarına, medya patronlarının siyasi ve ticari çıkarlarına ne kadar sadık oldukları ve bu çevrelerle olan ilişkilerine göre atanmaktadır. Editörler de direnmek ve gerçekleri açıklamak yerine söz konusu siyasi ve ticari çıkarlara hizmet etmeyi seçmektedir.

Editörler, medyayı araç olarak kullanan siyasi ve ticari çıkarları ifşa eder, veya bu çıkarları savunmaya karşı çıkarlarsa işlerini kaybetmektedir.

Gazeteciler arasındaki kutuplaşma siyasi kutuplaşmanın yansımasıdır ve gazeteciler zıt politik blokların gayriresmi sözcüsü gibi davranmaktadır. Gazeteciler arasında mesleki dayanışma yoktur.

Bireysel medya yerel, bölgesel, ulusal ve hatta uluslar arası düzeylerde bile birlikler ve sendikalar altında örgütlenmiş gazeteci sayısı son derece düşüktür. Gazetecilerin mesleki ve çalışma hakları yasal veya özgün düzenlemelerle (toplu sözleşme gibi) çok yetersiz bir koruma altındadır.

Gazetecilikte iş güvenliği düşüktür. Gazeteciler düzgün sözleşmeler yerine, tehlikeli koşullar ve yetersiz düzenlemeler altında çalışmaktadır. Çalışma hakları ve maaşları düşmekte; tüm bu koşullar patrona bağımlılık ilişkisini etkilemekte, medya patronlarına ve onların da ticari ve siyasi patronlarına karşı gazetecilerin tavizkâr tutumunu artırmaktadır.

Araştırmacı gazeteciler destekten yoksun olmalarının yanı sıra, medya içerisinde pek çok baskı ve sansür ile karşılaşmakta, kendi başlarına çalışma yolunu seçmekte, zaman zaman uluslararası bağışçılardan destek bularak veya çalışmalarını merkez medya dışında yayınlatarak finans sağlamaya çalışmaktadır.

4 MEDYA DÜRÜSTLÜĞÜ RİSK ALANI: GAZETECİLİK VE MEDYA UYGULAMALARI

RİSKLER

Medya etiği ve diğer kurallara bağlılık düşüktür.

Kamu yayınlarında ve özel medyada belirli ticari ve siyasi çıkarların, grupların etkisine maruz kalmaktan kaynaklanan taraflı bilgi verme yaygın bir uygulamadır.

Medyada, basının siyasi ve partizan çıkarlar için araç haline getirilmesinden kaynaklanan yoğun bir siyasallaşma gözlenmiştir. Bu durum aynı zamanda sosyal ör-

gütlenmenin hâkim yapısını, müşteri temelli ilişkilere dayanan mâli kaynakların ve sosyal gücün dağılımını da yansıtmaktadır.

Basının, var olan sosyal problemlerle ilgili olarak farklı görüşleri temsil eden ve toplumda yer alan çeşitli aktörlerin de katılımıyla yürütülebilecek akılcı siyasi tartışma ve müzakereler için kamuya açık bir tartışma alanı olma rolü, yerini tamamen ticarileşmeye ve siyasi ve sosyal sorunların kişiselleştirilerek, dramatize edilerek ve değersizleştirilerek haberleştirilmesine bırakmıştır. Bu tür bir haberleştirme biçimi sorunlardaki karmaşıklıkları görmezden gelerek zıtlıkları, siyasi çatışmaları ve kutuplaşmayı vurgulamaktadır.

Medya gündemi belirli politik ve ticari çıkarları yarıştırmaya yönelik olaylar ve meselelere ayrılmaktadır.

Basın, yeni dayatılmak istenen hegemonya ideolojilerine vatandaşların karşı çıkabilmesine önemli bir katkı sağlayabilecek olan yakın tarihte yaşanmış deneyimlerin oluşturduğu toplumsal belleği bloke etmek, bozmak ve gölgelemekte önemli bir rol oynamaktadır.

Etnik, dini, cinsiyete dayalı azınlıkların ve diğer grupların medyada temsili, dışlama, eşitsizlik ve belli siyasi ve ekonomik çıkarların hâkim olduğu hâlihazırda var olan sosyal örgütlenmenin ve toplumdaki rol ve kaynak dağılımının devamlılığına katkı sağlamaktadır.

BU YAYIN “Güneydoğu Avrupa Medya Gözlemevi” – Medya Dürüstlüğünü Denetleme ve Medya Reformlarını Geliştirme için Yeterlilik ve Koalisyonlar Oluşturmak başlıklı bölgesel projesi altında yürütülen 2014/2014 araştırma metodolojisi detaylandırılarak hazırlanmıştır. Araştırma sonuçları, “Media Integrity Matters-Reclaiming Public Service Values in Media and Journalism” başlıklı kitapta yayınlanmıştır. Daha fazla bilgi ve söz konusu kitabın ücretsiz erişim için WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET adresini ziyaret edebilirsiniz.

© 2015 Peace Institute (Barış Enstitüsü), Ljubljana, Slovenya YAYINCISI Peace Institute, Institute for Contemporary Social and Political Studies, Metelkova 6, si-1000 Ljubljana, Slovenya <<http://www.mirovni-institut.si>> YAZAR Brankica Petković ÇEVİRİ E. Barış Altıntaş PROJE Güneydoğu Avrupa Medya Gözlemevi Projesi – Medya Dürüstlüğünü Denetleme ve Medya Reformlarını Geliştirme için Yeterlilik ve Koalisyonlar Oluşturmak (South East European Media Observatory – Building Capacities and Coalitions for Monitoring Media Integrity and Advancing Media Reforms) [HTTP://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET](http://WWW.MEDIAOBSERVATORY.NET).

Bu broşür Avrupa Birliği'nin desteği ile hazırlanmıştır. Broşürün içeriği sadece Peace Institute (Barış Enstitüsü) ve yazarlarının sorumluluğundadır ve Avrupa Birliği'nin tutumunu yansıtmaz.

Kısmen, Açık Toplum Vakfı'nın Bağımsız Gazetecilik Programı kapsamında verilen bir ödenekle desteklenmiştir.

