

Medya etiğinin tarihsel temelleri ve gelişimi

Oğuzhan Taş

Medya etiği kavramının gerek akademik ve popüler eleştirilerde, gerekse iletişim alanındaki düzenlemelerde başat bir konuma taşınması 1980'lerden sonra gerçekleşmiştir. Neo-liberalizmin "piyasa odaklı toplum tasarımı"nın (Harvey: 2007) sonucu olarak "kamu hizmeti" olarak görülen sağlık, eğitim, telekomünikasyon ve kitle iletişimi gibi alanları piyasa rekabetine açılması ve devletin sosyal ve kültürel hizmet alanlarından çekilmesi sürecinde, medya kuruluşlarının toplumsal meşruiyetlerini yeniden tanımlamaları gerekmiştir. Çünkü liberal-kapitalist toplumlarda medyanın meşruiyet zemini, güçlü devlete karşı kamunun sesi olmaya, kâr güdüsünü kamu yararının gerisinde tutmaya ve yurttaş bireylerin demokratik karar mekanizmalarında etkin bir rol oynayabilmesi için onlara piyasa ve devlet iktidarının bozucu etkisinden arınmış, objektif ve bilimsel enformasyon sunma işlevlerine dayandırılmıştır. Medya etiği; liberal toplumlardaki özgürlüğünü, piyasanın ekonomik denetiminden ve devletin siyasal baskısından uzak olma temeline dayandıran medyanın, ticari bir işletme olma niteliğini açıkça savunmaya başlamasıyla birlikte bu özgürlük zeminini kaybetme tehlikesine bir yanıt geliştirme çabasıdır. Buna göre, medya etiğinin, piyasanın manipülatif gücünün panzehiri olarak işlev görebileceği, endüstrinin etik ilkelere bağlı kılınmasıyla kamuyla olan güven ilişkisinin korunabileceği, kısaca medyanın demokratik işlevlerinin kendi kendini

denetleyerek (*self-regulation*) yerine getirebileceği savunulmuştur. Bu çerçevede medya etiği, ticari yayıncılığın yükselişi, haber örgütlerinin dev holding yapılarının bir parçası haline gelmesi ve kamu hizmeti yayıncılığının gerilemesiyle karakterize olan '80 sonrası dönemde artan bir görünürlük kazanmıştır. Ancak medya etiğiyle ilgili tartışmaların ve özdenetim çabalarının başlangıcının 1980'ler olduğunu söylemek yanıltıcı olacaktır. Dünyada ve Türkiye'de, habercilerin ve haber kuruluşlarının "mesleki pratikleri"ni sektör içi mekanizmalarla düzenlemeyi amaçladığı girişimler geçmişte de mevcuttur ve pek çoğu hala varlığını korumaktadır. Ancak '80 sonrasında medya etiğine olan söylemsel ve kurumsal gereksinim yukarıda belirttiğimiz nedenlerle çok daha öncelikli bir sorun olarak görülmeye başlamıştır.

Diğer taraftan, medya etiği anlayışının nasıl geliştiği sorusu çok daha gerilere gitmeyi gerektirmektedir. Gerek medyanın etik nosyonu fikri, gerekse bu nosyonun medyanın toplumsal konumuyla ilgili hangi varsayımlardan türetilmesi, hangi ilkeleri, kuralları ve kısıtlamaları içermesi gerektiği, liberal basın ideolojisinin inşa edilme sürecine içkindir. Bu da bizi, Anglo-Amerikan dünyasında devlet müdahalesine karşı "özgür basın mücadelesi"nin verildiği tarihsel süreci ve basının "dördüncü güç" ve "kamunun sesi" olma iddiasının şekillendiği düşünsel mirası incelemeye yöneltmektedir. Geçmiş onyedinci yüzyıl İngiltere'sine kadar uzanan bu miras, İngiltere ve ABD'de ondokuzuncu yüzyılda kitle demokrasisinin ve çoğulcu piyasa toplumunun ortaya çıkışıyla biçim almış, yirminci yüzyılda modern medyanın toplumsal sorumluluğu fikrine ve etik nosyonuna temel teşkil etmiştir. Bu giriş yazısının ilerleyen bölümlerinde, temel uğraklar ve kırılmalar ekseninde bu tarihsel sürecin genel bir değerlendirmesi yapılacaktır.

Gazetecilik etiğinin erken görünüşleri

Gazetecilik tarihi çalışmaları genellikle, habercilik ilkeleri ve normlarının şekillenmesini ondokuzuncu yüzyılın ilk yarısında ticari gazeteciliğin gelişimiyle ve yirminci yüzyılın başında gazetecilik okullarının ve meslek örgütlerinin kuruluşuyla ilişkilendirmektedir. Şüphesiz bu yorum, basının ticarileşmeyle geçirdiği niteliksel dönüşüm içinde, günümüz-

deki habercilik ilkelerinin ve normlarının temel karakteristiklerinin oluşumu bağlamında doğrudur. Gazeteciliğin dördüncü güç olarak tanımlanması, basının kamuyla devlet arasında dolayımlayıcı bir uzama yerleştirilmesi, haber dilinin, haber toplama ve yazım tekniklerinin gelişimi, haber türleri ve konularının ayrışması ve nihayetinde haberciliğin uzmanlık gerektiren bir “meslek” olarak tanımlanmaya başlaması bu sürecin ürünüdür. Nitekim habercilik etiğinin objektiflik, tarafsızlık, kamu yararı, birey haklarına saygı gibi kurucu unsurları da bu süreçte anlam kazanmıştır. Ancak habercilik etiğini, habercilerin toplumsal konularını tanımlamak ve savunmak için öne sürdükleri iddialar, düzenli olarak eriştikleri bir kamuyla etkileşime geçme ve gazetecilik rutinlerinin, pratiklerinin beklentilerinin oluşumu bağlamında düşündüğümüzde, habercilik etiğinin “kökeni”, yaygın kabul görenden daha erken bir dönemde, onyedinci yüzyılda ortaya çıkan İngiliz partizan “haber kitapları”na (*newsbooks*) kadar gitmektedir (Ward, 2004: 36).

Onyedinci yüzyılda genel olarak tüm Avrupa devletleri yayımcılık işini, lisans verme ve ağır vergilerle denetim altında tutmuş, zarar verici nitelikte gördükleri yayımları, haysiyet kırıcı yayımlara yönelik para cezaları, sansür, hapis cezası, iflasa sürüklenme gibi yollarla baskılamaya çalışmıştır. Dolayısıyla geniş bir okur kitlesine basılı materyal dağıtabilmek devlet iznine tabi olmuş ya da en azından *de facto* müsamaha gösterilmesi gerekmiştir. Bu dönemde İngiliz haber kitapları ve ilk süreli (periyodik) basın, haberlerinin hakikatle tarafsız bir “ilişki”ye, sıradan gerçekliğe dayandığını iddia etmişlerdir. Erken dönem editörler, bu iddiaya dayanarak, devlet yetkililerini, bastıkları haberlerin halk için sakıncalı olmadığına ikna etmeye çabalamış, bu etik söylem üzerinden hükümetin devlet meseleleriyle ilgili yayımlara duyduğu öfke karşısında, eylemlerini kavramsallaştıracak ve meşrulaştıracak bir yol açmaya çalışmışlardır. Bu çabanın ötesinde sansürü ve okuyucu kuşkusunu yatıştırabilecek bir retorik araç henüz gelişmemiştir. Bu nedenle olan biten hakkındaki haberlerin “hakikat” olduğunu iddia etmek, çoğu kez gazetelerin olayları resmi otoritelerin bakış açısına göre yazdıklarını ifade eden bir “kod” olarak kullanılagelmiş (Ward, 2004: 100–102); gazeteler gerçekliği yansıtmama, yansız haber, tanık değerlendirmeleri, güvenilir kaynaklar ve özenli haber yazımı gibi ilkelere bağlılıklarını ilan etmiş-

lerdir. (Ward, 2004: 106–8). Ancak bunlar ilksel düzeydedir. Gerçeğe uygunluk ve tarafsızlık; olayın zamanını, yerini ve mekânını bildirmekten ibarettir. Bu ilksel niteliğe karşılık haber kitapları, objektiflik nosyonunun ve genel olarak gazetecilik etiğinin söz dağarcını hazırlamıştır. Hakikat, bağlılık, tarafsızlık, gerçeklik, denge ve “halkı bilgilendirmek” gibi temel terimler ve söz öbekleri ilk kez haber kitaplarında kullanılmıştır (Zaret, 2000: 13).¹

Onyedinci yüzyılın sonlarında, İngiltere’de sayıları gittikçe artan haber kitaplarının yarattığı endişe nedeniyle basın faaliyetlerine sınırlamalar getirilmiş, basın lisansları daha da sıkılaştırılmıştır. Bu dönemde, özellikle resmi yayın organları ile yasadışı olanlar üzerinden basına yönelik otoriter tavırlarla daha liberal tutumlar arasında keskin bir çatışma yaşanmıştır (Ward, 2004: 123–127). Bu çatışmanın kazanımı, basının lisanslanmasına 1695 yılında son verilmesi olmuş, lisansın sona ermesinin ardından yayım sayısında ciddi bir sıçrama görülmüş ve 1 Mart 1702’de ilk günlük gazete olan Elizabeth Mallet’in *Daily Courant*’ı yayımlanmaya başlamıştır.² Bu süreçte basının siyasal işlevi ve özgürlüğü üzerine yapılan tartışmalar, bir sonraki yüzyılda habercilik etiğinin daha belirgin bir hale gelmesi yönündeki temel uyarıcılardan biri olmuştur.

Liberal basın etiğinin ortaya çıkışı

Onsekizinci yüzyıl, gazetelerin kendilerini kamusal bir tartışmanın aktörü olarak gördükleri, kamusal işlevlerinin daha görünür hale geldiği, gazetecilerin daha belirgin normlar ve haber idealleri öne sürdükleri bir dönem olmuştur. Önceki yüzyılda ilksel biçimde görünür olan olgusalılık ve tarafsızlık, “okuyucu”nun kamusal alanda belirgin bir aktör haline gelmesiyle daha somut iddialara dönüşmeye başlamıştır. Gaze-

1 Onyedinci yüzyıldaki bu sözcüklerin modern anlamlarına tekabül etmediğini belirtmek gerekir. Örneğin hakikat, haberkitabı editörü için mutlak bir dini hakikat, haber kaynağının aktardığı sözler ya da bir tanığın ifadeleri olabilir. Bir olayla ilgili gerçeklere erişmek bir habercinin olayla ilgili mektubunu almış olmak ya da olaya tanık olan birinin iddialarını dinlemiş olmaktan öte değildir (Ward, 2004: 100).

2 Gazete, yayımlanmaya başladıktan kısa süre sonra Samuel Beckley’e satılmıştır. Bu nedenle pek çok kaynakta Beckley’in adıyla anılmaktadır. Gazeteye asıl niteliğini kazandıran editör kuşkusuz Beckley olmakla birlikte, ilk günlük gazetenin asıl kurucusunun bir kadın editör olduğunu hatırlamak gerekir.

teler kendilerini “kamunun bekçisi”, “halk mahkemesi” ve “kamusal özgürlüğün koruyucusu” ilan etmiştir (Ward, 2004: 129).³

Basının ancak hükümet sansüründen, gözdağından ve ölçüsüz/aşırı denetimden özgür olduğu koşulda kamuya hizmet edebileceği düşünülmüştür. Onsekizinci yüzyıl, düzenli bir basının ortaya çıkmasıyla habercilerin kendilerini toplumsal bir grup olarak algılamaya başladıkları, düzenli bir şekilde iletişime geçtikleri okuyucularını, “kamu”nun bir parçası olarak gördükleri ve görevlerini yükselen burjuvazinin siyasal ve ekonomik niyetleriyle uyumlu olarak devlet otoritesinin ve aristokrasinin “bireysel özgürlüğü” tehdit eden uygulamalarını açığa çıkarmak olarak görmüşlerdir.

Onsekizinci yüzyılda, günlük gazete yayımlamaya dayanan yeni rekabet koşulları, editörler üzerinde etik bir söyleme daha fazla yaslanma yönünde bir baskı yaratmıştır (Ward, 2004: 151) . Daha da önemlisi gazeteciler, pratiklerini bir onsekizinci yüzyıl kavramına referansla haklılaştırma çabasına girmişlerdir. Düzenli bir üretim biçimine sahip olmaya başlayan gazeteler artık “Basın”ı oluşturmaktadır. Bu haliyle basın, kamuya fayda sağlayan, kendisini okurlara karşı ağır bir sorumluluk iddiasıyla bağlayan kolektif bir bütün ve yarı-kurumsal bir yapı olarak belirginlik kazanmaya başlamıştır. Basının siyasal rolü, dağınık durumdaki vatandaşları kamusal bir topluluk olarak bir araya getirmek, kamuoyuna şekil vermek, seçim kararlarını daha iyi bilgilendirilmiş hale getirmektir.

Bu açıdan onsekizinci yüzyıl, basının öncelikli rolünün siyasal mücadelenin bir vechesi olmaktan uzaklaşmaya, kamu, devlet ve basın arasındaki yapısal sınırların belirginleşmeye ve basının kendisini “dördüncü güç” olarak tanımlayarak, ilkelerini ve pratiklerini bu kurguya uygun biçimde şekillendirmeye başladığı bir yüzyıl olmuştur.

3 Dönemin gazeteleri bu amaçları farklı biçimlerde yorumlamıştır. Partizan gazeteci için “kamu etiği”, siyasal bir amaca ya da partiye hizmet etmek; kendilerini kamu adına devlet işlerinin gözcüsü ilan edenler için, tarafsız bir gözle halkı doğru biçimde bilgilendirmek; devrimci gazeteci içinse özgür, eşitlikçi bir kamusal alanı savunmak, despotların ve aristokrasinin gücünü azaltmaya katkı sağlamak olarak görülmüştür (Ward, 2004: 135). Basının piyasaya açılması sürecinde, basının görevini kamuya tarafsız ve olgusal enformasyon sunmak olarak tarif eden, günümüzün profesyonel modelinin öncüsü “gözcü gazetecilik”, yükselen liberalizmin ve burjuvazinin toplumsal gücünü arkasına alarak habercilik etiği normlarına model oluşturacaktır.

Basını dördüncü güç ya da “bekçi” olarak konumlandıran bu anlayış, gazeteciliğin ana akım bir ekonomik ve siyasal güç olmasına katkıda bulunmuş ve bugün gazeteciliği tarif eden pek çok pratiğin temellerini oluşturmuştur. Ancak basın, devlete karşı halkın koruyucusu ve hakikatin tarafsız aktarıcısı olarak konumlandıran dördüncü güç modeli, basının kendi içinde varlık gösterebilecek iktidar ilişkileri hakkında hiçbir şey söylememektedir (Sparks, 1995: 52). Bu sorun özellikle ondokuzuncu yüzyılda İngiltere ve ABD’de yükselen ticari gazetecilikle birlikte daha kritik hale gelecektir.

İngiltere’de ticari basına geçiş ve piyasa gazeteciliğinin etiği

İngiltere’de basın, ondokuzuncu yüzyılda, düzenleyici çerçevedeki değişimlerden köklü biçimde etkilenmiş, yasal değişiklikler, neyin nasıl haber yapılabileceğini; mali düzenlemeler gazetenin maliyet yapısını; vergi değişiklikleri, gazete işletmeciliğini ve kârlılık yapısını değiştirmiştir (Black, 2002: 175) . Devlet denetiminin iki temel yasal formu, keyfi biçimde kullanılan “Haysiyet Kırıcı Neşriyatı Düzenleyen Kanun” (*libel act/law*) ve kimi zaman gazete fiyatının birkaç katına kadar yükselen “bilgi üzerindeki vergiler”dir (*taxes on knowledge*). İlk kez 1712’de çıkarılan ve 150 yıl boyunca uygulamada kalan bilgi üzerindeki vergiler, gazetelerin halkın geniş kesimi için çok pahalı tutulmasına neden olmuştur. Jean K. Chalaby’ye göre (1998: 11), bu vergilerin dolaylı ve amaçlanmayan sonucu, yüksek vergileri reddeden ve izinsiz dağıtılan işçi basınının ortaya çıkmasıdır. İşçi sınıfı basınının ortaya çıkışı, proleter kamusal alanının yükselişiyle doğrudan ilişkilidir.

Bilgi üzerindeki vergilerin “toplumun belli bir kesimini ‘halk kürsüsü’nden mahrum bırakması” (Chalaby, 1998: 13), işçi liderlerini yükselen sınıf bilincinin ifade edilmesi için bir arayışa itmiş ve bu durum 1800–1830 yılları arasında işçi sınıfı basınının gelişmesine yol açmıştır. Ancak basının ticarileşmesi sürecinde işçi sınıfı gazeteleri eski gücünü yitirmiştir. Özellikle basım alanında oluşan pazar kısıtlamaları ve vergilerin kaldırılmasının ardından ticari popüler gazetelerin aşırı ucuzlaması nede-

niyle habercilik giderek bir orta sınıf söylemine ve kurumuna dönüşmüştür (Williams, 1970: 20; 1978: 50, Chalaby, 1998: 71–74).

1850'ler ve 60'larda siyasal denetimin gevşemesi, siyasal reform baskıları ve artan refah sürecinde, gazeteler giderek çekici bir yatırım alanı olmaya başlamış; teknik yenilikler, gelişmiş iletişim araçları ve altyapıları, kentleşme ve bunlara eşlik eden pazar olanakları gazeteleri daha kârlı girişimler haline getirmiştir (Lee, 1976: 78). Artık ticaretin bir dalı olarak görülebilecek gazetecilik alanının inşası, teknoloji, sermaye ve dağıtımın üçlü baskısı altında güçlendirilmiştir.

1850 öncesi İngiliz basını, büyük ölçüde “özgür” basın için verilen mücadele ekseninde tartışılmıştır. Bu mücadelenin amacı, hükümet denetiminin zincirlerinden kurtulmaktır. Gazeteler üzerindeki mali denetimin 1830 sonrasında gevşetilmesi, yalnızca “özgür” bir basının değil, ucuz bir basının kuruluşu için de kapıları aralamıştır (Aspinall, 1949). Basının bundan sonraki gelişim süreci temel olarak, ekonomik hedeflerin giderek siyasal olanlara baskın hale gelmesine dayalıdır. İngiltere’de gazetelerin çoğu, genişletilmiş bireysel özgürlüklerin hâkim olduğu bir liberalizmi, serbest ticareti ve daha az yasal sınırlamayı savunmak anlamında ortak bir çizgide durmuştur. Bu anlamda ondokuzuncu yüzyılda hâkim olan basın tahayyülünün, onsekizinci yüzyıl kamu etiğinden farklılığı, serbest ticaret anlayışının devletin basınla ilişkilerindeki temel referans noktası olarak belirlenmesidir.

Pazar için haber üretmek, gazeteciliğin söylemsel pratiklerinin oluşumunda ve kamusal söylemin metalaşmasında önemli bir belirleyici olarak görünürlük kazanmıştır. Ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında haber ajansları olgusal gazeteciliğin öncüsü olmuştur. Ajanslar için haber araçsal olarak kolaylıkla tanımlanabilir, parasal karşılığı açık, telgraf kablolarıyla iletilebilen nötr/yansız bir enformasyon birimidir. Reuters’in açıkça savunduğu gibi, habercilik siyasal alanın gereklerinin tümüyle dışında olmalıdır ve hatta çalışanlar göreve gelirken vatanseverliklerini evlerinde bırakmalıdır. Haber, “siyasal bakışı her ne olursa olsun” her türden gazeteye uygun düşecek yansız bir üründür (Ward, 2004: 195–6).

Gazetenin, siyasal görüşleri farklılaşmış geniş bir okur kitlesine yönelik bir piyasa ürünü olarak iyiden iyiye belirginlik kazanmasıyla, editörler için gazetelerinin siyasal açıdan tarafsız ve kesin olarak olgulara dayalı olduğunu söylemek bir erdem haline gelmiş ve gazetecilerin genel kamu yararı için tarafsız haber üreten bağımsız profesyoneller oldukları fikri gelişip serpilebileceği bir etik mecraya yerleşmiştir (Ward, 2004: 190–2). Popüler basın gazeteciyi, tüketici okura haber “ürün”ü sağlayan bir profesyonel olarak tanımlamıştır. Bu aynı zamanda liberal kamu etiğinin tanımladığı biçimiyle gazetecinin eğitici rolüne ilişkin normatif kavrayışta da bir zayıflamaya işaret eder. Çünkü insanlara neyi bilmeleri gerektiğiyle, başka bir deyişle neyin basın yoluyla kamusallaştırılması gerektiğiyle ilgili normatif bir iddia getirme yetkisi, artık ne elitlerin ne de basının kamusal işlevlerinin savunucusu olan gazeteciler ve editörlerin elindedir, bu yetki pazar mekanizmalarına devredilmiştir.

ABD’de ticari basının ve objektiflik etiğinin gelişimi

Onsekizinci yüzyıldaki Amerikan basını, hem gazeteciliğin hem de parti sisteminin endüstrileşmediği ve profesyonelleşmediği bir dönem olarak tarif edilmektedir. Ondokuzuncu yüzyılın ortalarına kadar, gazeteler siyasal sistemin merkezi kurumlarından biridir ve parti siyasetinin farklı ayaklarını bir arada tutan bir niteliğe sahip olmuştur. Özellikle siyasal kampanya ve turların profesyonelleşmediği bir dönemde parti etkinliklerinin organizasyonunda ve duyurulmasında gazetelerin büyük rolü olmuştur (Herbst, 1995: 95–97, Parsley, 2001: 3).

Ancak 1830’lardan itibaren metelik basınının (*penny press*) gelişimi bu durumu kesin bir şekilde dönüştürmüştür. Metelik basını, gazeteciliğin pazara açılması, genel kamuya hitap etmek için siyasal bağlantılarından uzaklaştığını ilan ederek “evrenselleştirilebilir” normlarını, ilkelerini ve pratiklerini belirlemeye başladığı sürecin düğüm noktalarından birini teşkil etmektedir. Bu bağlamda, habercilik etiğinin oluşumu açısından kritik bir dönemi imler.

Metelik gazeteleri, “haber”in, yorum yazıları üzerinde ve “olgu”ların fikirler üzerindeki zaferine öncülük etmiştir (Schudson, 1978: 14). Çok

ucuz fiyatıyla, en az kendisinin altı katına satılan gazetelerle kolaylıkla rekabet edebilen metelik gazeteleri, bütün vatandaşlar için bilgiye eşit erişim imkânı sağlayıp, tarafsızca sunulan haberleriyle gazeteyi bireysel olarak edinip okuma imkânı tanınması yoluyla gazeteciliği tümüyle farklılaştırdıklarını ilan etmişler, aynı zamanda kolektif olarak siyasette tarafsız olduklarını duyurmuşlardır. Dan Schiller'e göre (1981: 75), metelik basınının öncelikli olarak dayandığı bir iddia olan "kamusal yarar", objektif, bağımsız ve yansızlığa dayalı haber yapısının inşa edileceği uygun bir zemin sağlamıştır. Kendine yeni bir toplumsal rol biçen metelik basını, kamu yararını koruyacağını ilan etmiş; bağımsızlık, erdem, yaşam, özgürlük ve mülkiyet hakkı, toplumun tüm kesimlerini birleştirebilecek evrensel ilkeler düzeyinde savunulmuştur. Aynı zamanda kendini, doğal ve toplumsal hayattaki gerçeklerin "bilimsel" sunumu yoluyla aydınlanmanın tesisinde başat bir toplumsal aktör olarak konumlandırmıştır (Schiller, 1981: 76-80).

Metelik gazetelerinin özgün yanlarından biri modern anlamıyla "haber"i keşfetmesidir. Gazeteler ilk kez yalnızca ticaret ve siyasete değil, toplumsal hayata yer vermeye, kentlileşen, orta sınıfının baskın hale geldiği, ticaret, ulaşım ve sanayi üretiminin arttığı bir toplumdaki gündelik olaylara odaklanmaya, dil ve üsluplarını basitleştirmeye başlamışlardır (Schudson, 1978: 22; Huntzicker, 1999: 163). Gündelik olana dönük bu ilgi, özellikle de zenginlerin sosyal yaşamına ilişkin dikkat çekici haberlerdeki artış, gazetecilik açısından kamusal ve özel arasındaki sınırı muğlâklaştıran bir unsur olmuştur. Metelik basını için haber alanı olarak tanımlanmayan, kişisel ya da mahrem nitelikli çok az şey vardır. Bu anlamda, metelik basınının yeni gazetecilik anlayışı, kamusal ve özel olanın yeniden tanımlandığı ortak bir toplumsal evreni imleyen yeni bir düzenin de öncüsü olmuştur. Metelik basınının ortaya çıktığı bu siyasal ve toplumsal düzen, Amerikan toplumunda aristokratik değerlerin ve ahlaki korumacılığın daha güçlü olduğu merkantilist bir cumhuriyetten, paranın iktidarının ve bireyin öz-çıkarcılığının özendirildiği bir pazar ekonomisine geçişe tanık olmuştur (Schudson, 1978: 44). Bu süreçte metelik basını, pazar ekonomisinin gelişimine iki açıdan katkı sağlamıştır: Birincisi, reklâmın geniş tüketici kesimlerine ulaşmasının aracı olarak seri malların ulaşacağı potansiyel pazarı genişletmiş, ikinci

olarak da, gazetenin kendisinin tüketilebilir bir mal haline gelmesini sağlamıştır.

Gazeteler 1840'ların ortalarında Kuzey Amerika ve Avrupa'da telgrafla haber geçmeye başlamıştır. İlk kıtalararası iletişim kablosu 1866'da döşenmiş ve telgraf sayesinde haber güncelleştirmenin hızlanmasıyla gazetelerin akşam edisyonları artmaya başlamıştır. Enformasyon iletimindeki dramatik sıçrama, haberciliğin zamanındalık ilkesinin ve muhabirliğin zaman baskısıyla el ele giden bir meslek olmasının teknik altyapısını hazırlamıştır (Gorman ve MacLean, 2003: 7). Bu anlamda, telgrafın teknolojik "doğası", modern gazeteciliğin temeline kanaat oluşumu yerine haber kovalamayı yerleştirmek için uygun bir araçtır. Telgrafa dayanan haber ajansları 1850'den itibaren yoğun biçimde işlemeye başlamış, İngiltere'de *Reuters*, Fransa'da *Havas*, Almanya'da *Wolff* ve ABD'de *Associated Press* (AP) haber yazım tekniklerinin gelişiminde belirleyici bir rol oynamıştır. Haber koşturmacası, habercileri, olayların gelişimini ağır ağır ve uzun metinler halinde işledikleri eski yazım tarzlarından vazgeçmeye zorlamıştır. Bu anlamda telgraf, "ters piramit" denen yazım stilini ve "5N"ye dayalı şematik anlatım biçimini destekleyen bir araç olmuş, bunlar ilerleyen yıllarda objektif haber yazımının temel ilkelerine dönüşmüştür (Ward, 2004: 188). Öyle ki Michael Schudson'a göre (1978: 4), haberin gayri-partizan ve sıkı biçimde olgusal bir niteliğe bürünmesinin temelinde AP'nin habercilik pratiği yatmaktadır. AP, çok sayıdaki farklı siyasal sadakate sahip gazete için haber servisi yapabilmeyi ancak, haberleri tüm üyeleri ve müşterileri için "yeterince objektif" tutarak başarabilmiş, ajansın habercilik pratiği yaygınlaşarak gazeteciliğin genel normuna dönüşmüştür.

Ancak basındaki ticarileşme eğilimleri, ondokuzuncu yüzyıl sonundan itibaren basının varsayılan kamunun bilgilendiricisi konumuyla çelişmeye başlamıştır. Artık basın, her şeye muktedir ya da bol keseden övgüye layık bir kurum olarak görülemeyecek ölçüde ticari bir girişime dönüşmüştür. Ancak bu eleştiriler gazeteciliği olgusal ve profesyonel bir alan olarak ayırıştırmaya ve teknikleştirmeye hizmet etmiştir. Çünkü hem entelektüel hem de elit kesimin eleştirilerinin temelinde, sansasyonellikle özdeşleştirilen ve objektif gazetecilik idealine karşıt olarak

tanımlanan, dönemin yüksek tirajlı popüler basınının gazetecilik standartlarını düşürdüğü iddiası yatmaktadır. Buna karşılık, özerk bir basının ancak olgusal ve profesyonel tutuma sahip bir kurumsal yapıda tesis edilebileceği düşünülmüştür. Yüksek fiyatlı ciddi gazeteler, popüler basını yıldırma politikası izlerken, “sorumluluk”u üst sınıf saygınlığının bir ifadesi olarak görmeye yatkın elit liberaller daha sorumlu bir basın istemiştir. Basının hızlı dönüşüm süreci içindeki bu tartışmalarda, gazetecilik etiği de aşikâr bir sorun olarak görünürlük kazanmaya başlamıştır. Stephen J. A. Ward’a göre (2004: 212–213) basın özgürlüğünün sınırsızlığına dayalı etik önkabuller, artık profesyonelleşmeyi ve objektifliği temel alan bir etik doktrine, kapsamlı bir profesyonel ideolojiye dönüşmeye başlamıştır. Ondokuzuncu yüzyılın sonuna geldiğinde gazetecilik pratiğinin bundan sonra izleyeceği yol kesinleşmiş gibi görünmektedir. Haber üretimi editoryal bağımsızlığa ve haber yazımında olguların rehberliğinde emprisist bir tutuma doğru evrilmiştir.

Yirminci yüzyılın başında habercilik etiği

Yirminci yüzyılın ilk yarısı, gazeteciliğin profesyonelleşmesi, gazetecilik örgütlerinin kurulması, objektif ve uzmanlaşmış toplum anlayışının yükselmesi ve bilimsel gazetecilik eğitiminin özendirilmesiyle, objektif, tarafsız ve profesyonel haber paradigmasının hâkimiyetini güçlendirdiği ve gazetecilik etiğinin kurumsal hatlarının şekillenmeye başladığı yıllar olmuştur. Yirminci yüzyılın başında objektifliğin ve profesyonelliğin benimsenmesinin, modern kapitalist toplumlardaki iki temel eğilimle; (1) savaşın ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkisiyle kamunun demokratik bir usulde rasyonel görüş oluşturma yeterliğine duyulan güvenin kaybı ve (2) objektif yordamlara bağlı tarafsız profesyonellerin iş gördüğü toplumsal kurumlara yönelik artan güvenle ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Halkla ilişkilerin profesyonel bir alan olarak gelişimi, “kamu”nun yeniden kavramlaştırılması açısından kritiktir. Halkla ilişkiler, özellikle reklâm, haber ve kamusal/özel çıkar arasındaki sınırları iyiden iyiye muğlâklaştırmış, Jürgen Habermas’ın deyimıyla (2003: 326), “reklâm ve haberi kaynaştırarak artık reklâmın özel bir çıkarın temsili olarak teşhis edilebilmesini olanaksız hale getirmiştir”.

Walter Lippmann, yirminci yüzyıl başında objektiflik idealinin ve profesyonel gazeteciliğin en güçlü savunucusu olmuştur. Lippmann, basın liberal toplumdaki görevlerinden kuşku duymamakla birlikte, güncel durumunun bu idealden oldukça uzak olduğunu düşünmüştür. Bu sorunun kaynaklarından biri, modern gazeteciliğin profesyonellik-dışı tutumudur. Haber toplama süreci, doğrulanmamış olgulara ve rivayetlere dayanmaktadır. Bu nedenle gazeteciler daha iyi bir eğitim almalı, gazetecilik objektif yöntemler kullanarak ve tarafsız bir bilimsel tavra özenerek daha profesyonel olmalıdır (akt. Ward, 2004: 231). Basın, edindiği yasal korumanın basitçe mülkiyet hakkına değil, bundan daha yüce bir şeye dayandığını fark ederse toplumda yalnızca özgürlüklerin değil sorumlulukların da olduğunu dikkate almaya başlayacaktır (akt. Nerone, 2003: 105). Bu durum, Herbert J. Gans'ın (1979) "sorumlu kapitalizm" olarak adlandırdığı dönüşümde basının rolünü de göstermektedir. Profesyonel objektifliğe bağlı bir gazetecilik, ticari bir girişim olarak görülmenin önünde engel oluşturmakta, böylece kapitalist bir işletme olmakla birlikte bilimsel yöntemlerle işleyen habercilik kamu yararını korumaya hizmet edebilmektedir. Aynı zamanda gazetecileri belli kurallara bağlı hale getirmek, hatalar ve önyargılar konusunda gazetecilerin kendilerini bireysel olarak sorumlu tutmalarını ve haberciliğin örgütlenmesindeki sistemik yanlılığın yerinden edilmesini sağlamaktadır. Böylece, yüzyıl başında objektiflik nosyonu etrafında şekillenen habercilik etiği, daha kesin ilkelere ve normlara bağlanmış bir profesyonel etik çerçevesinde gündeme getirilmiş, profesyonelleşme daha güçlü biçimde vurgulanmış, meslek örgütleri ve ilkesel dokümanlar ortaya çıkmıştır.

Objektifliğin temel ilke olarak resmen tanınması, gazetecilik etiğiyle ilgili iki kurucu bildirinin formülasyonuna dayanmaktadır. Bunlar 1923'te Amerikan Haber Editörleri Derneği'nin (ASNE) "Gazeteciliğin Esasları" deklarasyonu ve 1926'da Profesyonel Gazeteciler Derneği'nin öncüsü olan *Sigma Delta Chi*'nin mesleki kodlarıdır. Amerikan Haber Editörleri Derneği'nin bildirisine göre, objektif haber, her şeyin üstünde bir konumda "mesleğin tüm temellerinin dayandığı egemen ilke"dir. *Sigma Delta Chi*'nin ilkelerinde ise "doğruluk"tan (*truthfulness*) sonra gelmektedir. İlk iki ilke şöyledir: "Hakikat bizim en esaslı hedefimiz-

dir”, “Haberde objektiflik deneyimli bir gazetecinin nişanı olmaya hizmet eden diğer bir hedeftir.” (Ward, 2004: 215). 1930’larda diğer pek çok gazetecilik örgütü, etik kodlar oluşturmaya başlamış ve haber etiği gazetecilik için ortak bir jargon haline gelmiştir. Bu süreç, haber odalarında objektifliğin tesisi için belli öznel yorumlarla objektif dış gerçekliği birbirinden ayırmaya odaklı bir haber siyaseti izlenmesini beraberinde getirmiş, objektifliğe olan bağlılık, retorikten kaçınma, farklı görüşlere karşı hakkaniyet, olgulara sadakat, güvenilir kaynaklar, tarafsızlıktan uzak durma gibi daha belirgin bir değerler kataloğunu devreye sokmuştur. (Ward, 2004: 190–2). Böylece objektiflik ve alt normları olan tarafsızlık, dengelilik, olgusalılık, siyasal yansızlık vb. ilkelerin rehberliğinde, haber toplama ve yazma tekniklerinin gelişimi evrensel bir geçerlik kazanmaya, gazetecilik okullarının müfredatını oluşturmaya ve gazetecilik alanı dernekler, örgütler ve meslek ilkeleri etrafında birleşmeye başlamıştır. Bu yeni profesyonelleşmiş basın nosyonu, sonraki başlıkta ele alacağımız gibi, 1940’larda basının toplumsal sorumluluğunu yeni bir programatik dizge olarak öneren Hutchins Komisyonu tarafından da onaylanacaktır.

Gazetecilikteki profesyonelleşme eğilimleri sürerken basındaki ticarileşme de özellikle savaş sonrasında ABD’de ve İngiltere’de hız kazanmaya başlamıştır. İngiltere ve Amerika’da basın baronlarının egemenlik kurması ve gazete zincirlerinin yoğunlaşmasıyla karakterize olan yeni sahiplik örüntüleri basınla ilgili kaygıları artırmıştır. Yükselen eleştiriler 1900’lerin ortalarında bir dizi ciddi basın soruşturmasını tetiklemiş ve bu soruşturmalar devlet düzenlemesine işaret etmiştir (Ward, 2004: 223). Bu nokta oldukça kritiktir, çünkü yüzyıllar boyu özgürlük talebini söylemsel olarak devletin bilgi üzerindeki iktidarına karşı bir mücadele içinde kurgulayan basın, kendi içindeki iktidar mücadelesinin sonucunda bu kez açıkça devletin müdahalesine muhtaç görülmektedir. 1947 ve 1981 arasında İngiltere’deki üç basın komisyonu ve Amerika’daki Hutchins Komisyonu (1947) bu sahnenin devamı olacaktır. Ayrıca radyo ve televizyonun yeni iletişim araçları olarak ortaya çıkması da medya düzenlemesi fikrini güncel hale getirmiştir. Ancak basının doğrudan devlet düzenlemesine konu olması, basının kamusal meşruiyetinin ve dördüncü güç paradigmasına yaslanan ideolojik temelinin sarsılması

anlamına geleceği için kabul edilemezdir. Tam da bu nedenle, gazetecilik etiği kodları, profesyonelleşme ve objektiflik doktrinine dayalı habercilik üzerindeki şiddetli vurgu, basının kendi kendini denetleyebileceğini söyleyerek hükümetleri ve toplumu ikna etmek için tasarlanmış yanıtlar olarak ortaya çıkmıştır. Üstelik basın soruşturmalarının sonucunda, profesyonel ilkelere bağlı ve toplumsal sorumluluğunun farkında olan bir gazetecilik anlayışına yapılan ortak vurguyla birlikte, gazetecilik etiği daha yüksek bir kamusal profile kavuşacaktır.

Basının toplumsal sorumluluğu ve normatiflik

1940'ların ortalarında liberal gazetecilik anlayışına yönelik eleştiriler, ABD'de endüstrinin finanse ettiği basın komisyonlarını ve devlet-dışı kuruluşların desteklediği akademik araştırmaları gündeme getirmiş, İngiltere'de basının güncel ekonomik yapısından kaynaklandığı düşünülen siyasal işlev kaybının giderilmesinin yollarını soruşturmak için kraliyet basın komisyonları kurulmuştur. Gazeteciliğin çağdaş kapitalist toplumlarda nasıl bir işlev üstlenmesi gerektiğiyle ilgili bu gelişmeler yoluyla, belli gazetecilik değerleri normatif ve teorik açıdan güç kazanmış ve "toplumsal sorumluluk" gazetecilik etiği ilkelerinin türetilebileceği bir kurucu nosyon olarak tanımlanmıştır.

ABD'de İkinci Dünya Savaşı sırasında kurulan ve başkanı Robert Maynard Hutchins'in adıyla anılan Basın Özgürlüğü Komisyonu'nun (*The Commission on Freedom of the Press*) basına yönelik kaygı ve eleştirilere yanıtı kısaca, "kapitalist pazar yapısı içinde profesyonel özdenetim anlayışı"nın (Peters, 2001: 9332) kurumsallaştırılması olmuştur. II. Dünya Savaşı'ndan sonra bu komisyonun hazırladığı raporlar, özellikle de *A Free and Responsible Press* [Özgür ve Sorumlu Bir Basın] basına yönelik liberal inancın sarsılmasından kaynaklanan eleştirilerle ilk kez sistematik olarak yüzleşmiş ve bu inancın yeniden tesisi için toplumsal sorumluluk nosyonunu liberal kavrayışa eklemeyi amaçlamıştır. İngiltere'de ise Hutchins Komisyonu'nun raporlarını yayınladığı dönemlerde, Kraliyet Basın Komisyonu (*Royal Commission on the Press*) basının performansını geliştirmeye dönük araçlar üzerine çalışmalarına başlamıştır (Peterson, 1963: 75; Boyd-Barrett, 1974: 181).

Hutchins Komisyonu'nun raporu "Özgür ve Sorumlu Bir Basın", Amerikan basınının mevcut durumda üstlenmesi beklenen demokratik işlevlerinden uzak olduğunu, basının toplumsal işlevini yerine getirebilmesinin, özgürlükler kadar sorumluluklara da sahip olduğunun farkına varmasıyla mümkün hale gelebileceğini savunmuştur. Bu anlamda "Özgür ve Sorumlu Bir Basın" sorumluluğa vurgu yapan yeni bir basın teorisi ortaya konulması yönündeki temel çağrı olmuştur (Lambeth, 1992: 6). Raporunda, basının toplumsal rolünün ne olması gerektiğine ilişkin sunulan ve kendinden sonraki medya etiği tartışmalarına kaynaklık edecek olan beş öneri şöyleydi: (1) günün olaylarını açıklayıcı ve anlamlı bir bağlamda doğru, kapsamlı ve profesyonel olarak sunmak, (2) yorum ve eleştirilerin mübadelesi için bir forum oluşturmak, (3) toplumun bileşenlerinin temsili bir portresini sunmak, (4) toplumun temel değer ve ereklarını sunmak ve açıklığa kavuşturmak, (5) günün haberlerine tam erişim sağlamak (Hutchins Komisyonu, 1947: 21-29).

Raporda ısrarla vurgulandığı üzere, basının bu işlevleri yerine getirmesinin ve daha sorumlu bir basın anlayışının yerleştirilmesinin yolu, daha fazla yasa ya da hükümet müdahalesi değildir. Komisyonun görüşüne göre basın özgürlüğünü ve demokrasinin geleceğini sorun edinen herkes daha hesapverebilir (*accountable*) bir basın için çabalamalıdır. Bu toplumsal hareketlilik kendiliğinden oluşmuyorsa hükümet ancak son kertede söz sahibi olabilir (Hutchins Komisyonu, 1947: 79-81).

Toplumsal sorumluluk kuramının temelinde medyanın gücü / etkisi ve monopolistik konumu karşısında, topluma karşı sorumlu olma, tüm toplumsal tarafları adil biçimde temsil etme ve kamunun karar alabilmesi için yeterince bilgilendirilmesi zorunluluğu vardır. Ancak toplumsal sorumluluk anlayışı, kapitalist basını kontrol etme çabasında kamusal müdahaleyi bir seçenek olarak koymak yerine, klasik liberal bakış açısı içinden devlet denetimi tehlikesine dikkat çekmiş ve panzehir olarak sorumluluk eksenli bir özdenetim mantığını savunmuştur. Sonraki yıllarda, normatif medya kuramlarının kurucu metin olan *Basının Dört Kuramı* (1956) toplumsal sorumluluk kuramına teorik bir güç kazandırmıştır. Komisyonun önerileri, profesyonel modeli olumlayan ve temelde liberal anlayıştan ayrılmayan, yalnızca revize eden bir anlayışın ku-

rucu öğelerini oluşturmuş ve bu haliyle kendinden sonraki medya etiği tartışmasının ana çerçevesini belirlemiştir. Hutchins Komisyonu'nun mirası, Amerikan gazeteciliğinde kalıcı bir yer edindiği gibi, dünyada da oldukça yankı uyandırmış (Keeler vd., 2002), toplumsal sorumluluk kuramı komisyona doğrudan referans vererek ya da vermeyerek küresel düzeyde bir tanınma kazanmış (Nordenstreng, 1984: 226; 1998: 419) ve sayısız çalışmada yer bularak gazetecilik etiği uygulamalarına ve etik kodların inşasına temel teşkil etmiştir (Merrill, 1989: 42-3).

Aynı tarihsel evrede İngiltere'ye baktığımızda ise, Ulusal Gazeteciler Sendikası'nın (*National Union of Journalists*) ısrarıyla oluşturulan Kraliyet Basın Komisyonu'nun, basın performansı geliştirmeye dönük araçlar üzerine çalışmalara başladığı görülmektedir (Harcup, 2002: 104). Bu ilk komisyonu uzun aralıklarla diğerleri izlemiştir. İngiltere'de basının durumunu soruşturan ve çözüm önerileri getirmeye çalışan komisyonlar ve bunların raporları çevresindeki tartışmalar da normatif bir liberal medya etiği çerçevesinin pekiştirilmesini sağlamıştır (Seymour-Ure, 1996).

1970'lerde hâkim Batılı kuramlara karşılık, gelişmekte olan ülkelerdeki entelektüeller ve gazeteciler tarafından, gelişme ve kalkınma fikrine dayalı bir gazetecilik anlayışı savunulmaya başlamıştır. Buradaki ikilik, Kuzey ve Güney ile bağımlılık ve modernleşme eksenindedir. UNESCO'nun "MacBride Raporu" sonrasında yaygınlaşan bu anlayışa uygun olarak, bazı yazarlar "gelişmeci gazetecilik" anlayışını savunmuşlardır (McQuail, 1994: 131). "Gelişmeci gazetecilik", basının öncelikli işlevinin eğitim ve toplumsal mobilizasyon yoluyla modernleşmeyi ve ulus inşası sürecini desteklemek olduğu fikri üzerine inşa edilmiştir.

İrlandalı hukukçu ve aktivist Sean MacBride'in başkanlık ettiği MacBride Komisyonu 1977–1980 yılları arasında çalışmış ve komisyonun raporu, UNESCO'nun "Yeni Dünya İletişim ve Enformasyon Düzeni" (NWICO) çalışmalarına temel oluşturmuştur (Nordenstreng, 1998: 423). UNESCO'nun çalışmaları her ne kadar sömürgecilik sonrası bir yeneden yapılanma ve daha demokratik ve çoğulcu bir küresel iletişim düzeni fikrini savunsa da, basın özgürlüğü fikrine yönelik liberal-çoğul-

cu bağıllığı, Hutchins Komisyonu'nun sorunlu mirasını devraldığını göstermektedir. UNESCO'nun çalışmalarında toplumsal sorumluluk, profesyonel etik ve özdenetim, stratejik önemi haiz kavramlar olarak görülmüş, yüksek gazetecilik standartlarının oluşturulması ve evrensel düzeyde işlerlik kazandırılacak bir etik ilkeler manzumesi oluşturulmasına vurgu yapılmıştır (Nordenstreng, 1984: 211–2). Bu açıdan örgütün çalışmaları, medya etiği fikrinin 1970'lerden sonra ulusal ve uluslararası düzenlemelerde güncel bir yer teşkil etmesinde etkili olmuştur.

Neoliberalizm sürecinde medya etiği

David Harvey'e göre neoliberalizm (2007:2) , beşeri refahın en iyi biçimde, bireysel girişim özgürlüğünün, özel mülkiyet hakları, serbest pazarlar ve serbest ticaretle karakterize olan bir kurumsal çerçeveye içinde başarılabileceğini öneren ekonomik ve siyasal bir teoridir. 1970'lerden bu yana, yerkürenin pek çok bölgesinde siyasal ve ekonomik uygulamalarda ve düşünce biçimlerinde neoliberalizme doğru güçlü ve kararlı bir yönelim görülmektedir. Bireysel girişim özgürlüğünün ve piyasanın erdemlerinin kutsanması, kapitalizmin 1970'lerdeki krizine karşı bir yanıt olmuş ve Batılı ülkelerde refah devletine yönelik eleştirilerin sonucunda sağlık, enerji, ulaşım, telekomünikasyon ve iletişim gibi pek çok sosyal hizmet alanındaki devlet girişimlerinin azaltılmasının gerekliliği savunulmuştur. Bu tartışmaların ve politika önerilerinin sonucu olarak, 1980 sonrasında deregülasyon (kuralların kaldırılması), özelleştirme, piyasalaştırma ve rekabet sözcükleri, medya alanındaki düzenlemelere ve genel olarak medyanın toplumsal konumuna ilişkin düşünme biçimlerine damgasını vurmuştur. Jo Bardoel ve Leen D'Haenens (2004: 5), Hutchins Komisyonu raporunun üzerinden geçen yarım asırlık sürenin ardından küresel medya ortamında toplumsal sorumluluk kavramının bir tür aciliyet hissiyle yeniden güncellik kazandığına dikkat çekmişler ve bunun nedeni olarak da iletişim alanındaki rekabet, ticarileşme ve küreselleşme eğilimlerini göstermişlerdir. Yazarların kriz, belirsizlik ve aciliyet hissiyle tanımladığı bu medya ortamı, neoliberal politikaların iletişim alanındaki uygulamalarının görünümüdür. Medya kuruluşlarının, toplumsal sorumluluk ekseninde kendilerini bir dizi normatif

ilkeye bağılı kılma çabasına karşılık gelen medya etiğı arayışlarının bu ölçüde güncellik kazanması da bu gelişmelerle yakından ilişkilidir.

John Dimmick'e göre (1977: 181–187) etik kodlar, medyanın daha geniş bir toplumsal alanda etkinliğini artırmasını rasyonelleştirmekte ve meşru-laştırmakta, hem medyanın korunmasız ve saldırıya açık olduğunun kabulü, hem de bu saldırılara karşı bir savunma anlamına gelmektedir. Özellikle de neoliberalizmin etkisi altında, kendisini bir yandan piyasa oyuncusu, diğere taraftan da kamu yararının koruyucusu olarak konumlandırma ihtiyacı içindeki ticari medya kuruluşları eleştiriye oldukça açık bir yapısal niteliğe bürünmüştür. 1980 sonrasında medyayla ilgili tartışmalarda giderek daha fazla görünür olan hesapverebilirlik, medyanın toplumsal sorumluluğı, etik kodlar, özdenetim gibi terimler; konseyler, ombudsmanlık ve okur/izleyici temsilciliğı gibi mekanizmalar, böylesi bir medya manzarası içinde medyanın toplumsal meşruiyetini sağlamaya dönük normatif çabalardır.

Philip Schlesinger'e göre (1998: 330), 1990'lardan itibaren hesapverebilirlik kavramı medya etiğıyle ilgili tartışmalarda yer bulmaya, okuyucuya/izleyicilere hesap verme, hesap vermenin şeffaflığı gibi kavramlar dönemin hâkim retoriğini oluşturmaya başlamıştır. Medyanın etik-toplumsal sorumluluğunu yerine getirebilmesi için, özdenetim girişimlerinin etkinleştirilmesine çağrı yapan hesapverebilirlik anlayışı doğrultusunda medya şirketleri, izleyici/okur temsilciliğı gibi kurumsal mekanizmaları işletmeye, çeşitli etik ilkelere bağılılıklarını ilan etmeye başlamış; meslek örgütlerinin, cemiyet ve derneklerin girişimleriyle yayıncılık konseyleri gibi özdenetim konseyleri/kuruluşları oluşturulmuştur. İşte bugün karşı karşıya olduğumuz medya etiğı manzarası böyle bir tarihsel sürecin ürünüdür.

Günümüzde hâkim olan medya etiğı anlayışının temel gerilim, bireysel tarzdaki bir profesyonel etikle, medya kuruluşlarının karşı karşıya olduğu, piyasanın ve siyasetin gerçekleri arasındaki çatışmadan kaynaklanmaktadır (White, 1995: 441). Medyada etik tavır için moral bir temel geliştirme çabaları genellikle, kamunun bilme hakkı ya da bireyin mahremiyet hakkıyla ilişkili standart bir pratik ya da özgül bir karar karşı-

sında, gazeteci bireyin konumunu kişisel bir vicdan sorunu etrafında tartışmaya çalışmakla sınırlı kalmaktadır (White, 1995: 441). Dolayısıyla iletişim ve medya etiği çalışmaları, dersleri ve ders kitapları da mesleki deontolojiyle ilgilenmekte, profesyonel etik kodların uygulanmasını konu almakta, medya etiği alanındaki öncelikli sorun alanları kamusal meselelerden ziyade profesyonel pratiğin ilkelerine yönelmektedir (McQuail, 1992: 14–5) . Oysa Robert A. White’ın da belirttiği gibi (1995: 41) habercilerden beklenen etik performans yalnızca, haberci bireylerin kişisel anlayışları ve çabalarıyla değil, medya sahipliği ve yöneticiliği, yasa ve siyasa yapıcılar, medya etiği uzmanları ve genel olarak kamunun değer yargılarıyla yakından ilişkilidir. Bu açıdan medya etiği, farklı toplumsal aktörlerin, çatışmalı çıkar, beklenti ve değerlerinin bulunduğu karmaşık bir alandır.

Kaynakça

- Aspinall, Arthur (1949). *Politics and the Press, 1780–1850*. Londra: Home and Val Thal.
- Bardoel, Jo ve Leen D’Haenens (2004). “Media Responsibility and Accountability: New Conceptualizations and Practices.” *Communications* 29: 5–25.
- Black, Jeremy (2002). “The Press and Politics in the Eighteenth Century.” *Media History* 8(2): 175–182.
- Boyd-Barrett, Oliver (1974). “Journalism Recruitment and Training: Problems in Professionalization.” *Media Sociology: A Reader*. Jeremy Tunstall (der.) içinde. Londra: Constable. 181–201.
- Chalaby, Jean (1998). *The Invention of Journalism*. New York: Palgrave-MacMillan.
- Dimmick, John (1977). “Canons and Codes as Occupational Ideologies.” *Journal of Communication* 27(2): 181–187.
- Gans, Herbert J. (1979/2004). *Deciding What’s News: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon.
- Gorman, Lyn ve David MacLean (2003). *Media and Society in the Twentieth Century: A Historical Introduction*. Oxford: Blackwell.
- Habermas, Jürgen (1962/2003). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. Çev. Tanıl Bora ve Mithat Sancar. İstanbul: İletişim.
- Harcup, Tony (2002). “Journalists and Ethics: The Quest For a Collective Voice.” *Journalism Studies* 3(1): 101-114.

- Harvey, David (2005/2007). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Herbst, Susan (1995). "On the Disappearance of Groups: 19th and Early 20th Century Conceptions of Public Opinion." *Public Opinion and the Communication of Consent*. Theodore L. Glasser ve Charles T. Salmon (der.) içinde. New York: Guilford. 89–104.
- Huntzicker, William E. (1999). *The Popular Press, 1833–1865: The History of American Journalism Vol. 3*. Westport: Greenwood Press.
- Hutchins Komisyonu (1947). *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Keeler, John D. vd. (2002). "Ethics." *American Journalism: History, Principles and Practices*. David W. Sloan ve Lisa M. Parcell (der.) içinde. North Carolina: McFarland&Company. 44–54.
- Lambeth, Edmund B. (1992). *Committed Journalism: An Ethic for the Profession*. Indiana: Indiana University Press.
- Lee, Alan J. (1976). *The Origins of the Popular Press in England*. Londra: Rowman&Littlefield
- McQuail, Denis (1992). *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Londra: Sage.
- McQuail, Denis (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Londra: Sage.
- Merrill, John C. (1989). *The Dialectic in Journalism: Toward a Responsible Use of Press Freedom*. Baton Rouge ve Londra: Louisiana State University Press.
- Nerone, John (2003). "Approaches to Media History." *A Companion to Media Studies*. Angharad N. Valdivia (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 93–115.
- Nordenstreng, Kaarle (1984). *The Mass Media Declaration of UNESCO*. New Jersey: Ablex.
- Nordenstreng, Kaarle (1998). "Hutchins Goes Global." *Communication Law&Policy* 3: 419–438.
- Parsley, Jeffrey L. (2001). *The Tyranny of Printers: Newspaper Politics in the Early American Republic*. Charlottesville: University Press of Virginia.
- Peters, John Durham (2001). "Mass Communication: Normative Frameworks." *International Encyclopedia of Social & Behavioural Sciences*. Neil J. Smelser ve Paul B. Baltes (der.) içinde. Oxford: Elsevier. 9328–9334.
- Peterson, Theodore (1963/1956). "The Social Responsibility Theory." *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Fred. S. Siebert vd. (der.) içinde. Urbana ve Chicago: University of Illinois Press. 73–103.

- Schiller, Dan (1981). *Objectivity and the News: The Public and the Rise of Commercial Journalism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schlesinger, Philip (1998). "Freedom and Responsibility in Broadcasting: Inherent Tensions and Changing Contexts." *Media, Culture&Society* 20(2): 329–334.
- Schudson, Michael (1978). *Discovering the News: A Social History of American Journalism*. New York: Basic Books.
- Seymour-Ure, Colin (1996). *The British Press and Broadcasting since 1945*. Oxford: Blackwell.
- Siebert, Fred S., Theodore Peterson ve Wilbur Schramm (1963/1956). *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*. Urbana ve Chicago: University of Illinois Press.
- Sparks, Colin (1995). "The Media as a Power for Democracy." *Javnost: The Public* 2(1): 45–61.
- Ward, Stephen J. A. (2004). *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal-Kingston: McGill-Queen's University Press.
- White, Robert A. (1995). "From Codes of Ethics to Public Cultural Truth: A Systemic View of Communication Ethics." *European Journal of Communication* 10(4): 441–459.
- Williams, Raymond (1970). "Radical and/or Respectable." *The Press We Deserve*. Richard Boston (der.) içinde. Londra: Routledge&Kegan Paul. 14–26.
- Williams, Raymond (1978). "The Press and the Popular Culture: An Historical Perspective." *Newspaper History: From 17th Century to the Present Day*. George Boyce vd. (der.) içinde. Londra: Constable. 41–50.
- Zaret, David (2000). *Origins of Democratic Culture: Printing, Petitions and the Public Sphere in the Early Modern England*. Princeton: Princeton University Press.