

İletişim Fakültesi Öğrencilerinin “Etik Eğitimi”ne ve “İletişim Etiği”ne İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Erhan EROĞLU ve Nejdet ATABEK¹

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi

Giriş

İletişim olgusunun toplumsal yaşamımızda belirleyiciliğinin giderek artması, beraberinde iletişim etiği konulu tartışmalara da ivme kazandırmıştır. Günümüz toplumlarının enformasyon toplumu olarak görülmesinin temelinde de medyanın toplumları çepeçevre kuşatması gerçeği yatmaktadır. Böylesine belirleyici duruma gelen medyanın belirli etik standartlara uyması, izleyicileri doğru bilgilendirmesi, sahip olduğu gücü çeşitli çıkarlar ve manipülatif amaçlar doğrultusunda kullanmaması ancak bu alanda çalışanların belirli mesleki etik kuralları benimsemesi ve bunlara uymasıyla mümkündür. Genel olarak iletişim özel olarak da gazetecilik alanında çalışan kimselerin bu kuralların dışında kalması düşünülemez. Bunu sağlamanın başlıca yollarından biri tartışmasız gazetecilik alanında çalışmayı hedeflemiş olan iletişim fakültesi öğrencilerini belirli mesleki etik ilkelerden daha üniversite yıllarında haberdar etmekten ve dolayısıyla bu değerleri benimsetmekten geçer.

Bu bildiriye önce etik kavramı tanıtılmaktadır. Sonra gazetecilikte mesleki etiğin boyutları ve önemi tartışılmaktadır. Daha sonra gazetecilik eğitiminin mesleki etik değerleri kazandırmadaki önemine vurgu yapılmaktadır. Son olarak da Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma ile öğrencilerin, fakültede aldıkları dersler bağlamında etik eğitimine bakışları ve medya sektörü çalışanlarının uygulamalarına ilişkin etik ilkeler bakımından değerlendirmeleri ortaya çıkarılmıştır.

Gazetecilikte Mesleki Etiğin Boyutları ve Önemi

Yunanca'dan Latince'ye geçen ethos sözcüğünden gelen “etik” kavramı, “bir halkın, bir uygarlık sisteminin düşünce biçiminin kültürdeki yansıması” anlamına gelmektedir (Türkoğlu, 2003, s. 222). Bir başka tanıma göre etik, “belirli bir dönemde, belli insan topluluklarıncı benimsenmiş olan, bireylerin birbirleriyle ilişkilerini düzenleyen törel davranış kurallarının, yasalarının ve ilkelerinin toplamı”dır (Bülbül, 2000, s. 2). Etik, “ahlak” sözcüğü ile eş anlamlı olarak kullanılmaktadır.

Etik, insanların sadece öznel değer yargılarına göre inandığı kurallar bütünü değildir. Etik, içinde yaşanılan kültür tarafından zaman içinde oluşturulmuş ve yaygın biçimde benimsenen değer

yargılarıdır. Dolayısıyla, etik sorumluluğun bireysel ve toplumsal olmak üzere iki boyutu vardır. Bireysel boyut kişinin vicdanıyla ilgiliyken toplumsal boyut kültürel ve sosyal yaşam süreçleriyle ilgilidir.

Etik, insanlar arasında varolan ahlaki değerlerden, iyi ya da kötü, doğru ya da yanlış olanlarının niteliklerini ve temellerini araştıran Felsefe dalı olarak tanımlanmaktadır. Etik değerler, bir otorite tarafından konulmazlar, aksine insan ilişkilerinin ve insan aklının zaman içinde oluşturduğu deneyimlerden ortaya çıkarlar. Dolayısıyla, bir mesleki kurallar bütünü olarak meslek ahlakı, ancak söz konusu mesleği yapanların zihinsel ve davranışsal olarak bu kuralları benimsemesiyle geçerli olabilir, yoksa dışarıdan dayatılmaz (Girgin, 2000, s. 144).

Günümüzde meslek etiği tüm çağdaş toplumlarda önemli bir olgu olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle son zamanlarda iletişim mesleği alanındaki hızlı gelişmeler ve farklı yaklaşımların ortaya çıkması, iletişim alanında meslek etiğinin önemini bir kat daha artırmıştır. Etik genel olarak iletişim özel olarak da gazetecilik alanında ortaya çıkarılan söylem ve davranışların daha önceden belirlenmiş kural ve ilkeler bağlamında ahlaki olmasını vurgulaması açısından da mesleki boyutta yadsınamaz bir öneme sahiptir.

Çağdaş sosyolojinin kurucularından Emile Durkheim “ahlak” kavramını çeşitli yönleriyle ele alırken “meslek ahlakı” kavramını da ağırlıklı olarak incelemiştir. Durkheim’e göre toplumsal yaşamı düzenleyen ahlak ve hukuk kurallarının ortak noktası “yaptırım”dır. Yaptırım olmadan ne hukuk ne de ahlaki kurallar uygulanabilir. (Girgin, 2000, s. 190).

Gazetecilik alanında da diğer mesleklerde olduğu gibi denetim yollarından biri hukuki diğeri ise özdenetimseldir. Hukuki denetim yasalar ile sağlanırken özdenetim gazetecinin çalıştığı kurum, gazetecilik alanındaki ulusal ve uluslar arası mesleki örgütlenmeler, cemiyetler, sendikalar, konseyler vb. aracılığı ile yürütülür. Gazetecilikte etik değerlere uyulması ve böylece iletişim özgürlüğünün kesintiye uğramaması, dışarıdan bir müdahale ile karşılaşılması, halkın bilgilendirilmesi ve haberdar olma hakkını kullanılabilmesi için çeşitli özdenetim mekanizmalarının kurulması ve işletilmesi gazetecilik mesleğini yapanların öncelikli görevleri arasındadır. Gazetecilikte özdenetim, bir taraftan gazetecilik mesleğinin saygınlığını arttırırken diğer taraftan da dışarıdan gelebilecek denetimin ortaya çıkaracağı olumsuzluklara engel olacaktır. Kısacası meslek etiği açısından değerlendirdiğimizde, “iletişim etiği” basın özgürlüğünü korumak ve sürdürmek için varolması gereken mesleki bir yaklaşımdır.

Gazetecilik mesleği iki farklı etik anlayışı çerçevesinde değerlendirilebilir. Bunlar “görevci etik anlayışı” ve “yararcı etik anlayışı”dır. Immanuel Kant’ın görüşlerine dayandırılan görevci etik anlayışına göre bir kişinin eylemlerinin ahlaki olarak nitelenebilmesinin temel koşulu, aynı eylemin, davranışın evrensel bir ilke haline gelebilmesidir. John Stuart Mill’e dayandırılan yararcı etik anlayışına göre ise önemli olan önceden belirlenmiş ilkeler ve kurallar değil, sonuçtur. Bir başka deyişle, bir eylemin doğruluğunu

ya da yanlışlığını belirleyen şey elde edilen sonuçtur. Bu anlayışa göre “En çok insan için en büyük mutluluğu sağlayan davranış etik davranıştır.” Gazetecilik mesleği açısından da daha kolay uygulanabilir gözükse de bu etik anlayış, belirli kurallar yığını içinde bunalmadan, her olayı kendi koşulları içinde düşünmemizi, olası sonuçları göz önünde bulundurarak kararımızı vermemizi önermektedir (İrvan, 2003, s. 52-53).

Gazeteciler, neyin haber olduğu konusunda seçim yaparken ve söz konusu haberleri sunarken kendi etik değerlerini ve yargılarını kullanırlar (Çaplı, 2002, s. 82-83). Örneğin, bir haberi sansasyonel sunmak ya da belirli hassasiyetleri göz önünde bulundurarak haberin sunumunda daha fazla duyarlılık göstermek gibi. Bundan dolayı gazetecilerin doğru, dürüst ve onurlu olmak gibi kişisel niteliklerinin olması, icra ettikleri meslekte belirli bir etik standardı tutturabilmelerinin önkoşuludur.

Gazetecilikte etik kurallara uymak ve etik davranış biçimlerini benimsemek sadece kişisel boyutta ele alınabilecek bir şey değildir. İçinde çalışılan gazete kurumunun, burada görev yapan muhabirinden servis şefine, editöründen genel yayın yönetmenine kadar çalışanların ve kurum kültürünün oluşturduğu ortam, gazetenin mülkiyet yapısı, meslek çalışanlarının örgütlenme durumu, içinde bulunulan toplumsal çevre, ekonomik ve siyasal çevresel aktörler ve onlarla girilen ilişkiler, ülkedeki siyasal ortam ve siyasal iktidarın tutumu gibi pek çok unsur gazetecinin etik davranışları üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkilidir.

Gazetecilik alanında getirilen ahlaki kurallardan yararlanan başlıca üç kesim mevcuttur. Birincisi, gazete okuyucularıdır. Haberlerin doğru, objektif vb. olmasını öngören kuralların okuyucuları yönlendirilmekten alıkoyarak, çeşitli konularda karar verirken söz konusu haberlerdeki bilgilerden yararlanmalarını sağlayacağı düşünülebilir. İkincisi, gazetecilerin haber kaynaklarıdır. Etik kurallar, gazetecinin haber kaynaklarıyla ilişkilerini düzenlemede ve bu kişilerin gerektiğinde isimlerinin açıklanmaması, kendilerine karşı daha duyarlı davranılması, haklarının korunması gibi hususlarda daha özenli davranılmasını sağlayabilir. Üçüncüsü, gazetecinin kaleme aldığı habere konu teşkil eden kişi ve kurumlardır. Etik kurallar, haber konusu kişi ve kuruluşların haklarını, özel yaşamlarını, mesleki veya ticari itibarlarını koruyucu hükümler içerir (Girgin, 2000, s. 158-159).

Gazetecilik mesleğine ilişkin etik kurallar, yasal düzenlemelerde yer almayan ancak gazetecilik mesleği açısından uygun görülmemeyen durumlara ilgili olarak pek çok ilkeyi içinde barındırmaktadır. Söz konusu ilkeler, mesleki etkinlik açısından önemli olan uygulamalarla ilgili yükümlülükleri ve kuralları içinde bulundurduğu için meslek üyelerine rehberlik eden ancak hukuki yaptırım olmayan bir özelliğe sahiptir (Özgen, 1998, s. 51). Dolayısıyla gazetecilikte meslek etiği kuralları basın özgürlüğünün ya da daha kapsayıcı bir deyişle iletişim özgürlüğünün daha yetkin bir şekilde sağlanmasında büyük bir öneme sahiptir.

Her meslek grubunun toplum yararına yönelik olarak oluşturacağı ahlaki kuralları ve mesleki standartları olmalıdır. Toplumsal faaliyet bir etik disiplin gerektirir ve toplumun çıkarları açısından her

mesleğin bir mesleki kurallar bütünü ve standardı olması gerekir (Tılıç, 1998, s. 341). Gazetecilerin özgürlüklerini koruyabilmek için etik değerlere ve bunların uygulanmasına gereksinimleri vardır. Gazetecilikte mesleki etik değerlerin içselleştirilmesinde eğitim sürecinin büyük bir katkısı ve önemi vardır. Alemdar'a (1990, s. 25) göre "...mesleki eğitim ve kültür düzeyi geliştikçe gazeteciler bu tür kurallara daha fazla ihtiyaç duymakta, onları yol gösterici olarak kabul etmektedirler". İletişim sektöründe hizmet üreten gazetecilerin fakülte yıllarında aldıkları mesleki etik eğitimi kuşkusuz onların meslek yaşamları boyunca etik davranışlar ortaya koyabilmelerine güçlü bir zemin oluşturacaktır.

Araştırma Bilgisi ve Yöntem

Bu çalışmanın genel amacı, iletişim eğitimi alan fakülte öğrencilerinin çalışma alanlarındaki davranış ve yeterliklerin etik boyutunu nasıl değerlendirdiklerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır: 1- Öğrenciler aldıkları derslerde kendilerine kazandırılan etiksel davranış ve becerileri yeterli buluyorlar mı? 2- Öğrenciler genel olarak medyadaki çalışanların davranış ve yeterliklerini "iletişim etiği" boyutunda nasıl değerlendirmektedirler?

Veri toplama aracını doldurarak görüş belirten öğrencilerin hem aldıkları eğitimlerde hem de sektördeki çalışanların davranışlarında etik boyutunu nasıl değerlendirdiklerini anlamak amacıyla yapılan bu çalışmada tarama modelinden yararlanılmıştır. Araştırma, 2004 yılının Ocak ayında, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'ndeki "Basın ve Yayın Bölümü" öğrencilerin görüş ve düşüncelerine başvurularak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilere Uygulanan Anketlerin Geri Dönüşü

Evrendeki Öğrenciler	Yanıtlanan Anket		Değerlendirme Dışı Bırakılan Anket		Değerlendirmeye Alınan Anket	
	s	%	s	%	s	%
119	105	88	0	0	105	88

Araştırmanın gerçekleştirilmesinde veri toplama aracı olarak kullanılan anket, tam sayım metodu bağlamında çalışma kümesinde yer alan her bir bireye uygulanmaya çalışılmıştır. Uygulanan anketler ile değerlendirmeye alınan anketlere ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Görüldüğü gibi araştırmanın çalışma kümesini oluşturan 119 öğrenciden 105 (%88) tanesi anketi yanıtlamıştır. Yanıtlanan anketlerin incelenmesi aşamasında, kontrol soruları değerlendirilmiş ve bu tür sorulara farklı yanıtların verilmediği belirlenmiştir. Sonuçta, 105 (%88) anket değerlendirmeye alınmış ve üzerinde istatistiksel işlemler yapılmıştır.

Tablo 2. Öğrencilerin Kişisel Özelliklerine Göre Dağılımı

Kişisel Özellikler		Kişi Sayısı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Bay	59	56,2
	Bayan	46	43,8
Sınıf	I. Sınıf	14	13,3
	II. Sınıf	30	28,6
	III. Sınıf	30	28,6
	IV. Sınıf	31	29,5
“İletişim Etiği”	Evet, Aldım	67	63,8
Dersi Alma Durumu	Hayır, Almadım	38	36,2

Tablo 2’de görüldüğü gibi çalışma evrenini oluşturan öğrencilerin; %59’unu erkek, %46’sını ise bayan öğrenciler oluşturmaktadır. Cinsiyet açısından eşite yakın bir denge söz konusudur. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin % 58,1’lik bir çoğunluğu III. ve IV. sınıfta okumaktadır ve %63,8’lik bir çoğunluğu da fakültede “İletişim Etiği” isimli veya benzer isimli bir ders aldıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmada Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü öğrencilerinin fakültede aldıkları etik eğitiminin içeriğine ilişkin değerlendirmelerini ortaya çıkarmak ve ayrıca sektördeki meslektaşlarının davranış ve yeterliklerini etik boyutuyla nasıl gördüklerini belirlemek amacıyla, araştırmacılar tarafından hazırlanmış “*İletişimde Etik Anketi*” adlı ölçme aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracı geliştirilirken ilk aşamada, medya sektöründeki etik davranışları belirlemek amacıyla alanyazın (literatür) geniş çapta taranmıştır. Daha sonra, alanla ilgili uzmanlarla görüşmeler yapılmış ve birtakım sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca konuyla ilgili daha önce yapılmış olan araştırmalar incelenmiş ve buralarda kullanılmış olan benzer nitelikli ölçme araçları gözden geçirilerek yol alınmaya çalışılmıştır. Tüm bunlardan hareketle, araştırmada kullanılan ölçek geliştirilmiştir.

Araştırmanın alt amaçlarından yola çıkarak, anketin iki bölümden oluşması uygun bulunmuştur. İlk bölümde öğrencilerin etik eğitimi ile ilgili görüşlerini değerlendirebilecek nitelikte sorulara yer verilmiştir. Böylece, iletişim sektöründe çalışacak öğrencilerin aldıkları gerek doğrudan etik başlıklı ders içeriklerinin ve gerekse diğer derslerdeki etikle ilgili konuların içeriklerinin nasıl olması gerektiği araştırılmıştır. İkinci bölümdeki sorularla da öğrencilerin piyasada çalışan medya işgörenlerinin etik davranışlarını nasıl değerlendirdikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anket, çalışma kümesinde bulunan katılımcı sayısı kadar çoğaltılarak kendilerine ulaştırılmıştır. Geri dönüş oranı ise %88 olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca, veri toplama aracının güvenilirliğinin istatistiksel yolla analizinin yapılmasında Cronbach Alpha Katsayısı (Alfa Yöntemi) kullanılmıştır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucu, kullanılan ölçme aracı için alfa katsayısı 0,83 olarak hesaplanmıştır. Ortaya çıkan rakam 0,70 ile 1 arasında olduğu için veri toplama aracı yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bulgular ve Yorum

Bu bölümde, araştırma sorularının çözümlenmesi amacı ile toplanan verilerin istatistiksel analizleri yapılarak elde edilen bulgulara ve bunların yorumlanmasına yer verilmiştir. Bulgular, öğrencilerin ders içeriklerinin kendilerine etik davranışları kazandırma durumunu nasıl değerlendirdiklerini ve yine öğrencilerin değerlendirmesine göre etik davranışların medya çalışanlarında ne ölçüde var olduğunu ortaya çıkarmaya yöneliktir.

Ankete katılan öğrencilerin %48,6'sı "Derslerde mesleğimle ilgili sorumluluk bilinci öğretilir" görüşüne katıldıklarını ifade etmişlerdir. "Kesinlikle katılıyorum" diyenlerle birlikte bu oran toplam olarak %58,1'e ulaşmaktadır. Bu ifadeye katılmayanların genel toplamı ise %17,1 gibi düşük bir orandadır (Tablo:3). Bu durum, öğrencilerin ders içeriklerini etik davranışları öğretme ve sorumluluk kazandırma bağlamında yeterli bulduklarının önemli bir göstergesidir. Çünkü, meslekle ilgili sorumluluk bilincine sahip olmak etik davranışların gösterilebilmesi için yadsınamaz bir öneme ve etkiye sahiptir.

Tablo 3: Meslekle İlgili Sorumluluk Bilincinin Öğretilmesi

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	4	3,8
Katılmıyorum	14	13,3
Kararsızım	26	24,8
Katılıyorum	51	48,6
Kesinlikle Katılıyorum	10	9,5
Toplam	105	100

"Haberlerimde doğruluk ve dürüstlük ilkesinden hareket etmeme yönelik yeterli bir eğitim verilir" ifadesine öğrencilerin %61,9'u "katılıyorum" veya "kesinlikle katılıyorum" diyerek olumlu görüş bildirirken sadece % 10,5'i katılmadıklarını belirtmişlerdir (Tablo:4). Elde edilen bu bulguya göre öğrencilerin çoğu ilerideki meslek yaşamlarında doğruluk ve dürüstlük ilkesinden hareketle haber yazmalarında fakültede aldıkları eğitimin katkısı olacağını düşünmektedirler.

Tablo 4. Haber Yazımında Doğruluk ve Dürüstlük İlkesinin Öğretilmesi

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	---	----
Katılmıyorum	11	10,5
Kararsızım	29	27,6
Katılıyorum	56	53,3
Kesinlikle Katılıyorum	9	8,6
Toplam	105	100

“Haber kaynaklarına karşı duyarlı ve özenli olmam konusunda yeterli bir eğitim verilir” ifadesine öğrencilerin %66,7’si “katılıyorum” ya da “kesinlikle katılıyorum” şeklinde olumlu yanıt verirken sadece %9,6’sı olumsuz görüş bildirmiştir (Tablo:5). Gazetecilik mesleğinde haber kaynağına karşı sorumlulukların yerine getirilmesi meslek etiği açısından büyük bir öneme sahiptir. Elde edilen bulgular, haber kaynağına karşı sorumluluk bilincinin öğrencilerin önemli bir kısmına fakülte yıllarında öğretildiğini göstermektedir.

Tablo 5. Haber Kaynaklarına Karşı Duyarlı ve Özenli Olmanın Öğretilmesi

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	3	2,9
Katılmıyorum	7	6,7
Kararsızım	25	23,8
Katılıyorum	59	56,2
Kesinlikle Katılıyorum	11	10,5
Toplam	105	100

“İletişim etiğiyle ilgili dersleri aldıktan sonra medyanın yayınlarını daha eleştirel bir gözle izliyorum” ifadesine öğrencilerin %54,3’ünün “katılıyorum” ya da “kesinlikle katılıyorum” şeklinde olumlu yanıt verdikleri görülmüştür. Aynı ifadeye yönelik olarak öğrencilerin %30,5’i kararsız olduklarını bildirirken sadece %15,2’si olumsuz görüşe sahip olduğunu ifade etmiştir (Tablo:6). Bu ifadeye ilişkin olarak alınan yanıtlarda daha çok birinci ve ikinci sınıfta bulunan öğrencilerin “kararsızım” seçeneğini işaretledikleri görülmüştür. Üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ise bu ifadeye ilişkin olarak büyük bir çoğunlukla olumlu görüş bildirmişlerdir. Dolayısıyla, fakültenin üst sınıflarına doğru ilerledikçe öğrencilerin aldıkları derslerin etkisiyle medya yayınlarının içeriklerine yönelik olarak daha eleştirel bir bakış geliştirdiklerini söyleyebiliriz.

Tablo 6. Derslerin Medyanın Yayınlarını Daha Eleştirel Bir Gözle İzlemeye Katkısı

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	2	1,9
Katılmıyorum	14	13,3
Kararsızım	32	30,5
Katılıyorum	45	42,9
Kesinlikle Katılıyorum	12	11,4
Toplam	105	100

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü öğrencilerinin fakültede aldıkları derslerden ilerideki meslek yaşamlarında kullanacakları mesleki etik ilkelerine ilişkin bilgileri ve davranış biçimlerini önemli ölçüde edindikleri anlaşılmaktadır. Bir başka deyişle, elde edilen

bulgular öğrencilerin çoğunluğunun bu tür derslerin içeriklerini etik beceriler kazandırma anlamında yeterli bulduklarını göstermektedir.

Ankette Basın ve Yayın Bölümü öğrencilerinin sektör çalışanlarını etik ilkelere bağlılık konusunda nasıl değerlendirdikleri de araştırılmıştır. “Medya sektöründe çalışanlar etik ilkelere bağlı kalırlar” ifadesine öğrencilerin %79’u “katılmıyorum” ya da “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde olumsuz görüş bildirerek sektör çalışanlarının etik ilkelerine bağlı kaldıklarına inanmadıklarını göstermişlerdir. Bu ifadeye “katılıyorum” diyerek olumlu görüş bildiren öğrencilerin oranı ise sadece %6,7’dir (Tablo:7).

Tablo 7. Öğrencilerin, Medya Çalışanlarının Etik İlkelerine Bağlılığına İlişkin Görüşleri

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	41	39
Katılmıyorum	42	40
Kararsızım	15	14,3
Katılıyorum	4	3,8
Kesinlikle Katılıyorum	3	2,9
Toplam	105	100

“Medya sektöründe çalışanlar meslekle ilgili sorumluluk bilincine sahip kişilerdir” ifadesine öğrencilerin %45.7’si “katılmıyorum”, %30.5’i de “kesinlikle katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmişlerdir. Bir başka deyişle öğrencilerin toplam %79 gibi büyük bir çoğunluğu medya sektörü çalışanlarının mesleki sorumluluklarını yerine getirmediklerine inanmaktadır. Bu ifadeye ilişkin olarak “katılıyorum” ya da “kesinlikle katılıyorum” diyerek olumlu görüş belirten öğrencilerin toplamı ise sadece %11.4’dür (Tablo:8).

Tablo 8. Öğrencilerin, Medya Çalışanlarının Mesleki Sorumluluk Bilincine Ne Ölçüde Sahip Olduklarına İlişkin Görüşleri

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	32	30,5
Katılmıyorum	48	45,7
Kararsızım	13	12,4
Katılıyorum	10	9,5
Kesinlikle Katılıyorum	2	1,9
Toplam	105	100

“Medya sektöründeki çalışanlar toplumun beklentilerine karşı sorumlu davranırlar” ifadesine öğrencilerin %60.9’u “katılmıyorum” ya da “kesinlikle katılmıyorum” diyerek olumsuz görüş bildirmişlerdir. Bu ifadeye ilişkin olarak olumlu görüş belirten öğrencilerin toplamı ise sadece % 12.4’dür (Tablo:9). Alınan yanıtlara göre öğrencilerin çok küçük bir bölümü medya çalışanlarının toplumun beklentilerine karşı sorumlu davrandıklarını düşünmektedir.

Tablo 9. Öğrencilerin, Medya Çalışanlarının Toplumun Beklentilerine Karşı Sorumlu Davranıp Davranmadıklarına İlişkin Görüşleri

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	29	27,6
Katılmıyorum	35	33,3
Kararsızım	28	26,7
Katılıyorum	10	9,5
Kesinlikle Katılıyorum	3	2,9
Toplam	105	100

“Medya sektörü çalışanları haberlerinde dürüstlük ve doğruluk ilkelerine uygun davranırlar” ifadesine öğrencilerin toplam %60,9’u olumsuz görüş bildirmiştir. Bu ifadeye ilişkin olarak olumlu görüş bildiren öğrencilerin oranı sadece %9,5’dir (Tablo:10).

Tablo 10. Öğrencilerin, Medya Çalışanlarının Haberlerinde Doğruluk ve Dürüstlük İlkelerine Uygun Davranıp Davranmadıklarına İlişkin Görüşleri

	Frekans	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	27	25,7
Katılmıyorum	37	35,2
Kararsızım	31	29,5
Katılıyorum	6	5,7
Kesinlikle Katılıyorum	4	3,8
Toplam	105	100

Anketin ikinci bölümündeki sorulara ilişkin olarak ortaya çıkan öğrenci görüşleri şöyle özetlenebilir: Öğrenciler medya çalışanlarının mesleki etik ilkelere yeterince bağlı olmadıklarını, mesleki sorumluluklarını yerine getirmediklerini, toplumun kendilerinden beklentilerine karşı sorumlu davranmadıklarını ve haberlerinde doğruluk ve dürüstlük ilkelerine uygun davranmadıklarını düşünmektedirler. Oysa anketin birinci bölümündeki sorulara verdikleri yanıtlar göz önünde bulundurulduğunda, öğrenciler ileride gazetecilik mesleğini yapacak kişiler olarak kendilerine daha okul sıralarında mesleki etik ilkelerin öğretildiğini ve mesleki sorumluluk bilincinin kazandırıldığını belirtmişlerdir. Kuşkusuz fakülte eğitimi almış medya sektörü çalışanlarının da öğrencilik yıllarında meslek etiğine ilişkin bilgiler aldıkları, mesleki yaşamlarında etik ilkelere uyma bakımından benzer görüşlere sahip oldukları ileri sürülebilir. Öyleyse, meslek yaşamlarında gazetecileri etik ilkeler doğrultusunda davranmaktan alıkoyan ya da en azından böyle bir görüntünün ortaya çıkmasında ne gibi unsurlar rol oynayabilir?

Medya çalışanlarını etik ilkeler çerçevesinde haber üretmekten alıkoyan sebeplerin başında öğrencilere göre, sırasıyla tekelleşme, çalışanların işini kaybetme korkusu ve medya çalışanlarının

örgütsüzlüğü gelmektedir. Öğrenciler medyada etik kurallara uyulmasında ilk sırada “medya patronlarının tutumunun” ve ikinci sırada da “medya çalışanlarının bireysel çabalarının” daha önemli olduğuna inandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca ankete katılan öğrenciler medyanın etik ilkeler çerçevesinde yayın yapmasını sağlamak için “yasal düzenlemelerden” daha çok “özdenetim uygulamaları”nın daha etkili ve önemli olacağına inandıklarını ifade etmişlerdir.

Sonuç

İletişim olgusunun giderek önem kazandığı günümüzde medya sektöründe çalışanların meslek ahlak ilkelerine uyma yönünde göstereceği duyarlılık ortaya çıkaracağı toplumsal yarar bakımından büyük bir öneme sahiptir. İletişim sektöründe hizmet üreten gazetecilerin uzun yıllar boyunca mesleki deneyimleri sonucu ortaya koydukları, topluma karşı sorumlulukları ve toplumun kendilerinden beklentilerinin bir sonucu olarak biçimlenen meslek ahlak ilkeleri ve gazetecilik değerleri, söz konusu toplumsal yararın ortaya çıkarılmasında vazgeçilmez bir değere sahiptir. Gazetecilik meslek ahlak ilkelerinin öğrenilmesi, daha da önemlisi içselleştirilmesi gazetecilik eğitiminin verildiği üniversite yıllarında başlayıp meslek yaşamı boyunca da devam eden bir süreçtir.

Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmadan elde edilen bulgulara göre, fakültede aldıkları eğitim öğrencilere gazetecilik meslek etiğine ilişkin belirli değerleri kazandırmaktadır. Yine bu araştırmanın sonuçlarına göre, öğrenciler medya sektöründe çalışan meslektaşlarını meslek etiği ilkelerine uyma ya da meslek etiği ilkeleri doğrultusunda davranma bakımından olumsuz olarak değerlendirmektedirler. Sektör çalışanlarının etik ilkeler doğrultusunda haber üretememelerinin sebeplerini ise sırasıyla günümüz Türkiye’inde medya sektöründe yaşanan tekelleşme, çalışanların işini kaybetme korkusu ve gazetecilerin örgütsüzlüğü olarak görmektedirler. Öğrencilere göre medya patronlarının tutumu, medya çalışanlarının etik kurallara uymamasında en önemli unsurdur. Öğrenciler her ne kadar medya çalışanlarını etik ilkelere uyma konusunda kusurlu görse de medya çalışanlarının bireysel çabalarının bu durumu düzeltmekte tek başına yeterli olmadığını onlar da kabul etmektedirler.

Gazetecilerin mesleki yaşamlarında etik ilkeleri uygulayabilmeleri sadece üniversite yıllarında aldıkları eğitimin içeriğiyle ilişkili değildir. Gazetecilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi, iş güvencelerinin sağlanması ve mesleki örgütlenmelerinin teşvik edilmesi onların çeşitli özdenetim mekanizmaları kurarak gazetecilik meslek ahlak ilkelerini uygulayabilmelerine olanak sağlayacaktır. Bu ortamın sağlanmasında medya patronlarına, siyasilere, üniversite çevrelerine, mesleki örgütlere ve sivil toplum örgütlerine önemli görevler düşmektedir. Medyada etik kurallara uyulması sadece okuyucuların ve medya çalışanlarının değil demokratik rejimin ve toplumsal sistemin güçlenmesine sağlayacağı katkılar nedeniyle toplumun tüm kesimlerinin yararına olacaktır.

Notlar

(1) Bu makale, 5-7 Mayıs 2004 tarihinde DAÜ İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen **İletişim Etiği: Kültür, Toplum, Kimlik** konulu Uluslararası İletişim ve Medya Çalışmaları Konferansı'nda sunulan bildirinin düzeltilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

Kaynakça

Alemdar, Zeynep (1990). **Oyunun Kuralı**. Ankara: Bilgi.

Bülbül, A. Rıdvan (2000). **İletişim ve Etik**. Konya: Damla Ofset.

Çaplı, Bülent (2002). **Medya ve Etik**. Ankara: İmge.

Girgin, Atilla (2000). **Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i**. İstanbul. İnkılap.

İrvan, Süleyman (2003). "Medya ve Etik," **Medya, Etik ve Hukuk** içinde. Der., Sevda Alankuş. İstanbul: IPS İletişim Vakfı.

Özgen, Murat (1998). **Gazetecinin Etik Kimliği**. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Tılıç, Doğan (1998). **Utaniyorum Ama Gazeteciyim**. İstanbul: İletişim.

Türkoğlu, Nurçay (2003). **Kitle İletişimi ve Kültür**. İstanbul: Naos.

Yazarlar hakkında

Doç.Dr. Erhan Eroğlu, 1994 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Eğitim İletişimi ve Planlaması Bölümü'nden mezun oldu. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde 1996 yılında yüksek lisansını, 2001 yılında da doktorasını tamamladı. Eroğlu, 2006 yılında doçent unvanını aldı. Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi isimli bir kitabı bulunan Erhan Eroğlu'nun ulusal ve uluslararası konferanslarda sunulmuş bildirileri ve akademik dergilerde yayımlanmış makaleleri bulunmaktadır.

Prof.Dr. Nejdet Atabek, 1989 yılında Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın Yayın Bölümü'nden mezun oldu. Yüksek lisansını Leeds Üniversitesi İletişim Araştırmaları Enstitüsü'nde (İngiltere) ve doktorasını da Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde tamamladı. Atabek, 2000 yılında doçent, 2005 yılında da profesör unvanını aldı. Kamuoyu ve İletişim (1998, Erdal Dağtaş'la birlikte), Siyasal Partilerde Örgütsel İletişim (2000) ve Okur Temsilciliği (2005) isimli kitapları bulunan Prof. Atabek'in ayrıca ulusal ve uluslararası konferanslarda sunulmuş ve akademik dergilerde yayımlanmış çok sayıda çalışması bulunmaktadır.