

PAPER DETAILS

TITLE: Haberin Degeri/Degersizligi ve Etik Ikilemler: Malatya Yerel Basini Üzerine Nitel Bir Arastirma

AUTHORS: Ozan Kocabas

PAGES: 388-425

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3218900>

HABERİN DEĞERİ/DEĞERSİZLİĞİ VE ETİK İKİLEMLER: MALATYA YEREL BASINI ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA

Ozan KOCABAŞ*

Gönderim Tarihi: 16.06.2023 - Kabul Tarihi: 20.09.2023

Kocabaş, O. (2023). Haberin değeri/değersizliği ve etik ikilemler: Malatya yerel basını üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 12, 388-425
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.12.227

Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

Öz

Haber değerlerinin etik ikilemlere yol açabilen kriterler olup olmadığını, haberciyi insanın değerine aykırı bir değerlendirme yapmaya teşvik edip etmediğini anlamak bu çalışmanın amacıdır. Bu zeminde yerel basın mensuplarının deontolojik, teleolojik etik öğretilerinden ve Kuçuradi etiğindeki değerlendirme biçimlerinden hangisine uygun hareket ettiği yorumlayıcı fenomenolojik yöntem kullanılarak ortaya konmuştur. Amaca uygun olarak belirlenen katılımcılardan kartopu örnekleme stratejisiyle diğer katılımcılara ulaşılmış, en az 3 yıl tecrübeli 10 gazeteciyle mülakat yapılmıştır. Görüşmeler MAXQDA programında tahlil edilmiş, 13 alt tema, 5 temaya ulaşılmıştır. Gazetecilerin, deontolojik ve teleolojik etik öğretilerinin kesiştiği, değer atfetmeler ile değer biçmelerin bir arada bulunduğu çatışmalı bir noktada çalışmak zorunda kaldıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: gazetecilik, haber değeri, etik, Kuçuradi, ezbere değerlendirme.

* Doktor Öğretim Üyesi, İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Malatya, Türkiye.
ozan.kocabas@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4966-7730

THE VALUE/WORTHLESSNESS OF THE NEWS AND THE ETHICAL DILEMMAS: A QUALITATIVE RESEARCH ON MALATYA LOCAL PRESS

Ozan KOCABAŞ*

Received: 19.06.2023 - Accepted: 20.09.2023

Kocabaş, O. (2023). Haberin değeri/değersizliği ve etik ikilemler: Malatya yerel basını üzerine nitel bir araştırma. *Etkileşim*, 12, 388-425
doi: 10.32739/etkilesim.2023.6.12.227

This study complies with research and publication ethics.

Abstract

This study's aim is to understand whether news values are criteria that can lead to ethical dilemmas, whether they encourage the reporter to make an evaluation contrary to the value of human beings. In this context, it has been revealed using the interpretive phenomenological method, which of the deontological, teleological ethical teachings and Kuşuradi's ethics evaluation forms, the members of the local press act in accordance with. 10 journalists with at least 3 years of experience reached with the snowball sampling strategy have been interviewed. The interviews were analyzed in the MAXQDA software, 13 sub-themes, 5 themes were reached. It has been determined that journalists, have to work at a conflicting point where the teachings of deontological and teleological ethics intersected and where value attributions and valuations actions, coexisted.

Keywords: journalism, news value, ethics, Kuşuradi, rote evaluations.

* Assistant Professor/PhD, İnönü University, Faculty of Communication, Malatya, Türkiye.
ozan.kocabas@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4966-7730

Giriş

Değer, iynin ne olduğuna ve neyin iyi olduğuna yönelik yürütölen sorgulama-nın bir neticesi (Schroeder, 2021), insanın karşısındaki nesneleştirmesinin ve nesneleştirdiğı ile kendisi arasında kurduğı ilişkinin bir sonucudur (Cevizci, 1999, s. 201). Dolasıyla insanın nesnesi ile kurduğı ilişkinin biçimine (iyi/olum-lu veya kötü/olumsuz) göre de değer tanımlamaları farklılaşmaktadır. Ahlâkî sistemler içerisinde kabul edilmiş davranışlara uygun “doğru” ve aykırı “yan-lış” eylemleri tanımlamak için değerlerden söz edildiğı gibi (Hartmann, 2002, ss. 24-25) insan ile nesne arasındaki ilişkinin mahiyetinden doğan kendinden iyi ve kendinden kötü değerlerden de söz edilmektedir. Fakat değer salt ah-lâkî alana ait bir kavram değildir. Herhangi bir sanat eserinin diğerlerine naza-ran daha “iyi” olarak tanımlanmasından doğan “estetik ilke olarak değer”den (Dent, 1995, s. 895), kişinin işlediğı ürünü kendi faydası için kullanmasından doğan “kullanım değeri”nden ve onu ihtiyaçlarını karşılamak için farklı nes-ne-le mübadele etmesinden doğan “değişim-değeri”nden (Selik, 1982, ss. 22-23) veya haber kavramının doğasına atfedilen bir ayırıcı özellik olarak “haber değeri”nden söz etmek mümkündür (Galtung & Ruge, 1965).

Haber değeri genel olarak kitle iletişim araçlarında yayınlanan haberin hangi kıstaslara göre toplandığını, işlendiğini, onaylandığını, reddedildiğini belirlemek için kullanılan bir kavramdır (Özer, 2010, s. 137). Bununla birlik-te, neyin haber olduğunun ilahi bir ilham gibi birden beliriverdiğini ileri süren gazeteciler olduğu gibi (Hall, 2010, s. 128) haber değerlerinin kısmen de olsa kültüre özgü olduğunu (Naylor, 2001) veya egemenlerin kitlelerin rızasını üret-mek için kullandıkları birer araç olduğunu düşünenler de vardır (Herman & Chomsky, 1988, s. 2). Bu bağlamda “mevcut en iyi ilkelerin ışığında sorumlu davranış pratiğı ve adil insan etkileşimlerinin analizi” olarak tanımlanan pratik yargılamalarla; ilkelerin, kararlar ve meseleler üzerinde fiilen uygulanmasıyla ilgili olan etiğın (Ward, 2008, s. 139) neyin haber olduğunun tanımlandığı bir süreç olarak haberin değerlendirilmesinden ayrı tutulamayacağı ortadadır. Keza gazetecilik mesleğı, profesyonel yapısının getirdiğı bir dizi ahlâkî ilke üzerinde hareket eden, yapıp etmelerini söz konusu ilkelere göre yürüten/yürüttüğünü ileri süren etik bir zeminde hareket etmektedir (Haug, 1980, ss. 62-64; Simon, 1984, ss. 477-478).

Haber değerleri haberin seçiminde önemli bir kriter olsa da (Güz ve diğ-erleri, 2015, ss. 343-344; Shoemaker & Vos, 2009), etik problemlere de yol açabilmektedir. Zira haber değerleri, gazetecinin bilinçli veya bilinçsiz biçimde haber seçiminde uyguladığı, siyasî, sosyal, iktisadî kısacası insanla ilgili önemli olan hiçbir şeyi dışlamayan; izleyicinin ilgisini çekeabilen, heyecanlandırabilen ve eğlendirebilen her şeyi kapsayan bir mahiyete sahiptir (Borden, 2007, s. 115; Hetherington, 1985). Ekonomik kaygılar, ideolojiler (Berry, 2008, s. 12) ve kişisel çıkarlar kolayca etik değerlerin önüne geçip, gazeteciye etik ikilemin içerisine sokabilmektedir (Sanders, 2004, s. 25). Örneğın Abubakar (2020), Bo-koHaram’ın düzenlediğı terör saldırılarının, aşırılık ve negatif içerikli olmaları bakımından haber değerleri kriterlerini taşıdığını ancak söz konusu haberlerin

sunumunun kamusal yarardan çok haber kaynağıyla iletişim, haberin çerçevesi-
lenmesi, kurbanların sunumu, kişisel güvenliğin ve iş güvenliğinin tehlikeye
atılması gibi bir takım etik ikilemlere yol açtığını tespit etmiştir.

Etik, ahlâkî değerler arasında insanın değerine uygun olanları göstermeye
çalışan farklı bir deyişle evrenseli yakalamaya gayret eden bir mahiyete sahip
olsa da insanların davranışlarını tümüyle belirleyecek mecburî bir “yasa” hüvi-
yetinde de değildir. Fakat yine de ahlâkî olanın insanları belirli yönde davran-
maya zorlaması gibi ahlâkları felsefî veçheden ele alan etik de ilkeler yoluyla in-
sanları muayyen biçimlerde hareket etmeye yönlendirebilir. Gazeteciliğin nasıl
işleyeceğinin, sınırlarının ve amaçlarının belirlenmesinde yardımcı olabilecek
çok sayıda etik yaklaşım olmasına rağmen, “ödev”e dayanan Kantçı deontolo-
jik ve faydaya dayanan Bentham/Mill’in teleolojik yaklaşımlarının gazetecilik
etik kodlarının belirlenmesinde tesirli olabildiği de görülmektedir (Abubakar,
2020, s. 283). Bununla birlikte deontolojik etiğin bir kolu olarak görülebilecek,
eylemi anlamayı esas alan Kuçuradi (2011) etiğindeki ‘doğru değerlendirme’
sürecinin gazetecilik etiğine farklı bir perspektif kazandıracağını söylemek de
mümkündür (Tepe, 2000).

Haber değerleri ile etik ikilemler arasındaki bağlantıları tespit etmeyi
amaçlayan bu araştırma kapsamında Malatya yerel basınında aktif olarak ça-
lışmakta olan mesleğinde en az 3 yıl tecrübeli 10 gazeteci ile mülakat gerçek-
leştirilmiş ve elde edilen veriler *Maxqda* programı vasıtasıyla tahlil edilmiştir.
Analiz sonucunda “Haberin Neliği”, “Haberin Doğruluğu”, “Gazetecilik Etiği”,
“Haberin Anlamı” ve “Etik İkilemler” olmak üzere 5 ana tema ve bunlara bağ-
lı 13 alt tema tespit edilmiştir. İdeal gazetecilik ile reel gazetecilik arasındaki
farklar, etik ilkelerin uygulanabilirliği, haberin yazımında ve aktarımında kar-
şılaşılan etik ikilemler ve söz konusu ikilemlere sebep olan ekonomik, siyasî,
toplumsal sebepler ve etkenler ile gazetecinin meslekî duruşu, ahlâkî arasın-
daki çatışmalar ile bu çatışmalarla muhabirlerin başa çıkma yolları söz konusu
temalarda ortaya koyulmuştur.

Problem, Amaç ve Önem

Bu çalışmanın amacı, haber değerlerinin etik ikilemlere yol açabilen kriterler
olup olmadığını, haberciye *insanın değerine* aykırı bir değerlendirme yapmaya
teşvik edip etmediğini, gazetecilerin deontolojik ve teleolojik etik anlayışların-
dan hangisine veya Kuçuradi’nin doğru değerlendirme sürecine uygun hare-
ket edip etmediklerini nitel fenomenolojik bir araştırma ile ortaya koymaktır.
Çalışmada, gazetecilik etiğine ve haber değerlerine Kuçuradi’nin etik felsefesi
üzerinden yaklaşılarak özgün bir yol izlenmiştir, bu yönüyle çalışmanın gazete-
cilik literatürüne katkı sunacağı düşünülmektedir.

Araştırma Soruları:

1. Haber değerleri habercinin insanın değerine aykırı bir değerlendirme
yapmasına sebep olmakta mıdır?

2. Gazeteciler deontolojik ve teleolojik etik anlayışlarından hangisine uygun hareket etmektedir?

3. Etik ikilemde kalan gazeteci, Kuçuradi'nin ezbere ve doğru değerlendirme süreçlerinden hangisine uygun hareket etmektedir?

Araştırmanın Yöntemi

Bir araştırma yöntemine dönüşmüş olan (Hallett, 1995, s. 58; Omery, 1983) fenomenolojik yöntemler tasvirî, ve yorumlayıcı olarak ikiye ayrılmaktadır (Ersoy, 2019, s. 88). Tasvirî fenomenoloji, bir tecrübenin özünün veya esas yapısının derinlikli betimlemesini çıkarmayı amaçlamaktadır (Cohen & Omery, 1994). Yorumlayıcı fenomenoloji ise tecrübeyi tek başına ele alıp, keşfedici bir biçimde kavramaya çalışmaktadır (Sart, 2017, s. 70). Katılımcıların zihnindeki tecrübeyi doğrudan almak mümkün olmadığından araştırmacı, tecrübeye ulaşabilmek için yorum faaliyeti içerisinde bulunur (Smith, 2011, s. 10). Amaç katılımcıların kişisel tecrübeleri ile algıladıkları, kavradıkları fenomenin ne olduğunu araştırmacının kendi kavram ve birikimiyle aktif olarak yorumlayarak ortaya koymasıdır. Dolayısıyla yorumlayıcı fenomenolojide çift katmanlı bir *hermeneutik* sürecin gerçekleşmesi gerekmektedir. Katılımcılar kendi kavrayışlarını anlamlandırmaya çalışırken araştırmacı katılımcıların kavrayışlarını kendi perspektifinden anlamlandırmaya çalışmaktadır (Smith & Osborn, 2003, s. 53). Bu araştırmanın verilerinin analizinde yorumlayıcı fenomenolojik yöntem kullanılmıştır.

Katılımcıların belirlenmesi

Gazetecilerin hangi haber değerini, nasıl ve neden bir kriter olarak kullandıklarını, söz konusu haber değerinin insanın değerine olan uygunluğundan veya çatışmasından kaynaklanan etik problemlerin farkında olup olmadıklarını, karşılaştıkları etik ikilemlerle nasıl başa çıktıklarını anlamaya çalışan bu araştırmada katılımcılar amaca uygun olarak (Vishnevsky & Beanlands, 2004, s. 234) rastlantıya bağlı olmadan (Berg, 1989, s. 31) gazetecilik mesleğinde en az 3 yıl tecrübe sahibi, Malatya'da çalışmakta olan kişiler arasından belirlenmiştir. Araştırma öncesinde ön araştırma yapılmış ve ulaşılabilir 5 kişi tespit edilmiştir. Araştırma sürecinde kartopu örnekleme stratejisi izlenmiş (Berg, 1989, s. 33), katılımcılardan benzer nitelikte farklı katılımcılar önermesi istenmiştir. Mülakatlar ele alınan konuyla ilgili yeni bilgilerin gelmediği "doyum" noktasına (Morgan, 2008) kadar devam ettirilmiştir.

Biri ön görüşme olmak üzere, 10 katılımcı ile görüşülmüştür. Katılımcıların demografik özellikleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcılar					
Kod	Cinsiyet	Yaş	Tahsil	Mezuniyet	Tecrübe (Yıl)
K1	Erkek	34	Lisans	Gazetecilik	6
K2	Erkek	42	Lisans	Gazetecilik	10
K3	Kadın	37	Yüksek Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema	15
K4	Erkek	43	Ön Lisans	Elektrik Teknikerliği	10
K5	Kadın	27	Lisans	Gazetecilik	4
K6	Erkek	34	Lisans	Gazetecilik	7
K7	Erkek	28	Lisans	Gazetecilik	11
K8	Erkek	50	Lisans	İşletme	26
K9	Kadın	32	Lisans	Gazetecilik	3
K10	Erkek	43	Lisans	Radyo Televizyon ve Sinema	24

Veri toplama tekniği ve verilerin analizi

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak mülakattan, veri toplama aracı olarak ise yarı yapılandırılmış mülakat formundan faydalanılmıştır.

Fenomenolojik analize uygun olarak toplanan veriler tekrar tekrar okunmuştur (Smith ve diğerleri, 2009, ss. 82-83) bu yolla ilgili fenomenin nasıl kavrandığını tarif edebilecek, kelime öbekleri, “anahtar ifadeler” belirlenmiş (Creswell, 2020, s. 84) toplamda 462 kodlama yapılmıştır. Akabinde bahsi geçen ifadeler belirli anlam öbekleri içerisinde temalandırılmış (Sart, 2017, s. 76; Omery, 1983, s. 57) 13 alt tema, 5 temaya ulaşılmıştır. Moustakas’ın (1994, s. 100) önerisine uygun olarak bu safhada katılımcıların, fenomenle ilgili tam olarak ‘neyi’ tecrübe ettikleri ayrıntılı biçimde tasvir edilmiş (dokusal tasvir), ardından katılımcıların ilgili fenomeni nasıl tecrübe ettikleri, fenomenin tecrübe edildiği ortam ve bağlam dikkate alınarak tasvir edilmiştir (yapısal tasvir). Sonuç bölümünde fenomenle ilgili tecrübeler bütüncül bir biçimde ele alınmış ve tecrübenin özünün ne olduğu ortaya konulmuştur. Katılımcıların deşifrelerine atıf verilebilmesi için katılımcılara kod isim verilmiş ve ilgili katılımcıya MAXQ-DA programındaki paragraf numarası verilerek atıf yapılmıştır.

Ekim 2022 - Şubat 2023 tarihleri arasında yürütülen saha araştırmasının sorularının etik onayı, çalışma başlamadan önce İnönü Üniversitesi Etik Kurulu’na başvurularak alınmıştır (Oturma Tarihi: 20.10.2022, Sayı: 2022/19-8). Ayrıca her mülakattan önce “Onam Formu” marifetiyle katılımcının araştırmanın içeriğiyle ilgili bilgi alması sağlanmış ve izni alınmıştır.

Güvendiuyulabilirlik

Lincoln ve Guba (1985) tarafından özetlenen kriterler nitel araştırmalarda uygulanabilecek güvendiuyulabilirlik ilkeleri olarak kabul görmektedir (Anney, 2014; Cope, 2014; Shenton, 2004). Lincoln ve Guba'ya (1986; 1985, ss. 301-316) göre inandırıcılık, aktarılabilirlik, güvenilebilirlik, onaylanabilirlik nitel araştırmalardaki güvendiuyulabilirliğin kıstaslarıdır. İnandırıcılık kriterinin sağlanabilmesi için araştırmanın niteliğine göre "uzun süreli katılım", "sürekli gözlem", verilerin farklı kaynak, metot, zaman ve araştırmacı tarafından "üçgenlenmesi", "akran incelemesi veya sorgulaması", araştırmanın öngörüsüne aykırı olumsuz verilerin de değerlendirmeye alınması olarak "olumsuzlayıcı vak'a analizi", "katılımcı denetimi" ve toplanan verilerin farklı araştırmalar için kaynak olarak saklanması anlamında "referans yeterliliği" gereklidir. Aktarılabilirlik kriteri için araştırmacının ilgili fenomeni, araştırma yöntemini, veri toplama tekniğini iyi bir şekilde tanımlaması gerekmektedir, böylece farklı araştırmacıların benzer çalışmalar yapabilmesi mümkün olmaktadır (Shenton, 2004, ss. 69-70). Güvenilebilirlik, araştırmada kullanılan yöntemin, araştırma sürecinin ve bulguların konu ile ilgisi olmayan bir dış denetçi tarafından kontrol edilmesi (Lincoln & Guba, 1986, s. 77), onaylanabilirlik ise araştırmanın tüm safhalarının dış denetime açık olması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda üçgenleme, denetim izi ve refleksif günlük tutma nitel araştırmaların onaylanabilirlik kriterleri olarak görülmektedir (Connelly, 2016, s. 435; Lincoln & Guba, 1985, ss. 318-327; Shenton, 2004, s. 72).

Bu zeminde araştırmanın inandırıcılık kriterinin sağlanabilmesi için, araştırma boyunca nitel araştırmalarda tecrübeli bir meslektaştan görüşleri alınmıştır (akran incelemesi ve sorgulaması). Süreç esnasında araştırmanın amaçlarına uymayan veriler değerlendirmeye alınmış ve bu sayede araştırmanın sürekli olarak kendini yenilemesi sağlanmıştır (olumsuz vak'a analizi). Veri toplama esnasında katılımcıların söyledikleri kendilerine teyit ettirilmiş (katılımcı denetimi), toplanan veriler (ses kayıtları, araştırmacı notları ve deşifreler) yeniden ulaşılabilecek şekilde arşivlenmiştir (referans yeterliliği). Aktarılabilirlik kriterinin sağlanabilmesi için, araştırmaya konu olan fenomenler ayrıntılı biçimde tasvir edilmiş, bulgular kısmında doğrudan alıntılara yer verilmiş, analiz söz konusu alıntılardan yola çıkılarak yürütülmüştür. Güvenilebilirlik kriteri için araştırmanın yöntemi ve kodlamalar ve temalaştırmalar nitel araştırmalarda uzman bir akademisyene kontrol ettirilmiştir.

Etiğin Esası Olarak "Değer" ve "Değerlerle Hesaplaşma" Meselesi Olarak Gazetecilik

Tanımlamalarına yansıyan karmaşık niteliğine rağmen insanın nesnesiyle kurduğu ilişkinin biçimine göre aslî, araçsal, doğal ve ilişkisel değer formlarından bahsetmek mümkündür. Buna göre, bir şeyin ancak kendi içinde bulunan ve o şeyin bizzat kendisini arzulamaya sebep olan değere (özünde iyi olana) aslî değer, kişinin özünde iyi olana ulaşmak için kullandığı ve dolayısıyla bir araç iş-

levi gören değere ise araçsal değer denmektedir. Bir şey, ancak başka bir şeyle ilişkili olması sebebiyle değer kazanıyorsa o şeyin ilişkisel bir değeri vardır. Bu itibarla araçsal ve doğal değer aynı zamanda aslı değeri olan şeyin ilişkisel değeridir (Lemos, 1999, s. 949).

Esas amacı kişiyi aslı değere ulaştırmak olan araçsal değer tek olmadığı ortada iken aslı değer tek mi, yoksa çok mu olduğu hususunda görüş birliğine varılamamıştır (Schroeder, 2021). Bu durum, insanüstü, zaman dışı ve mutlak değerlerin olduğunu savunanlar (nesnel/idealist) ve değer tek olmayıp yalnızca içinde yaşanılan toplumun kültürünün bir ürünü olduğunu, öznel ve tarihsel olarak ortaya çıktığını savunanlar (öznelcilik/relativizm) arasında uzun soluklu tartışmaların yaşanmasına yol açmıştır (Özlem, 2004, s. 186). Teleolojik ve deontolojik etik sistemler söz konusu tartışmaların bir neticesidir.

Değerlerin kendi başına iyi veya kötü olmasına değil, insan yapıp etmelerinin sonuçlarına bakan teleolojik etiğe göre eylemlerin ahlâkî değerini belirleyen eylemin sonucunun "en yüksek iyi"ye yol açmasıdır (Cevizci, 2002, s. 15). Hume'un toplumun genel iyiliğini teşvik etmeyi önceleyen düşüncesini ahlâkî eylemin esas olarak gören Bentham, eylemin ahlâkî doğruluğunu, eylemin toplumun geneli için ortaya çıkaracağı sonuca bağlamıştır. Bentham'ın faydacılığının zemininde esas olarak bireyin mutluluğu var olmakla birlikte bireysel mutluluğa ancak aslı iyi olan haza yakın kalarak ve aslı kötü olan acıdan uzak durarak ulaşılabilir (Bentham, 2000; Schneewind, 2003, s. 463; Sinnott-Armstrong, 2021). Söz konusu bireysel mutluluğa ulaşmanın yolu ise en fazla kişi için en yüksek faydayı sağlamaktan geçmektedir (Postema, 2006, s. 28). Benzer şekilde Mill'e göre de kişisel mutluluk, toplumun geneliyle uyumlu kişisel faydanın bir neticesi, bir başka deyişle bireysel yararın kamusal yararlarla uyumunun bir sonucudur (Özlem, 2004, ss. 67-68).

Teleolojik etiğin aksine deontolojik etik eylemin sonucuna değil eylemin "doğru"luğuna odaklanmaktadır. Bir eylemin ahlâken doğru olarak ifade edilmesi eylemin ortaya çıkardığı sonucun faydalılığında, kişiye, topluma sağlayacağı mutlulukta veya hazda değil, eylemin esasındaki iyi niyettedir. Bu bağlamda deontolojik etiğin zemininde ödev anlayışının yattığını söylemek mümkündür (Cevizci, 2002, s. 16). Ahlakiliğin esasını faydada aramayan Kant, ahlâkî olanı akıllı varlığın niyetinde bulur. Ahlakilik doğrudan akılla ilişkilidir zira akıl, kurallar koyar, sınırlar çizer. Akıllı varlık ahlâk yasasına, istemesinin duygular tarafından belirlenebilme ihtimali dolayısıyla ihtiyaç duyar (Birgit, 2005, ss. 203-205). Kant'a (1995, s. 8) göre ne dünyada ne de dünya dışında "iyi bir istemeden başka kayıtsız şartsız iyi sayılabilecek hiçbir şey düşünülemez". İyi istemenin tek kıstası kendi başına iyiyi istemektir (Kant, 1995, ss. 9-11).

Kant'a (1995, ss. 12-13) göre "ödev" kendi başına iyiyi istemektir. Akıllı varlık yapıp etmelerini ödevden dolayı yapabildiği gibi ödevde uygun da yapabilir. İçerikli, yani herhangi bir duygudan ve bundan kaynaklanan amaçtan doğan yapıp etmeler, içeriksiz olanlardan yani ödevden kaynaklananlardan ayrılmalıdır, eylemin amacı veya sonucu ona ahlakilik kazandırmamaktadır. Akıllı varlığın

yasaya uygun hareket etmesinin yani istemesinin maksiminin farklı bir deyişle niyetinin bilinmesi mümkün değildir. Akıl tek başına istemeyi belirleyemiyorsa aklın nesnel alanından çıkıldığı ve öznel koşulların istemeyi belirlediği görülmektedir. İsteme tamamıyla akla uygun olmaz ise öznellik belirleyici olmakta, her ne kadar eylemin sonucu ödevde uygun olsa da rastlantısallık doğmaktadır (Kant, 1995, s. 29).

Gazetecilik faaliyetlerini, yukarıda izah edilen teleolojik ve deontolojik etik anlayışlarından birine yerleştirmek mümkün görünmemektedir. Zira gazetecilik toplumsal faydayı amaçlayan bir meslek olarak ortaya çıkmış, doğruluk, hakikat, dürüstlük, ifade özgürlüğü gibi ahlaki değerleri benimsemişse de nihayetinde iktisadi kaygıları olan bir yapının parçasıdır.

Bu zeminde Donsbach (2010, ss. 39-40), doğru bilgiyi uzmanlık gerektiren çeşitli süreçler sonunda topluma ileten, "toplumsal hizmet"; bireyselleşme ve bireysel aktörlerin özel amaçlarla kendi fikir ve düşüncelerini iletişim araçları yoluyla özgürce yayma isteğinden doğan "bireysel", gazetecilerin ürettiklerini bir meta olarak ticarî amaçlarla satmalarından, toplum için faydalı olandan ziyade insanlar ne istiyorsa onu vermeye çalışan bu yolla gazetenin bir reklam mecrasına dönüşmesini önceleyen "ekonomik" geleneklerin tesirinde gazeteciliğin şekillendiğini ifade etmektedir. Son dönemde tesirli olan dijital teknolojiler ve bunların ortaya çıkardığı yeni gazetecilik biçimleri ise geleneksel gazetecilik sisteminin sorgulanmasına sebep olmuştur (Ward, 2009, s. 299).

Gazetecilik etiği, birçok toplum tarafından hâlihazırda ahlâken yanlış olarak kabul edilmiş "ahlâkî doğru"lara aykırı uygulamalardan (intihal, uydurma vs.) veya gazetecilik pratiklerinin belirlediği teknik standart ve uygulamalardan ziyade siyah ve beyaz gibi net alanlarda değil gazetecinin karşılaştığı ikilemlerde, çatışmalarda farklı bir deyişle gri alanlarda devreye girmektedir. Örneğin gazetecinin, yasadışı göçmenlerin içerisinde bulundukları kötü durumu konu edinen bir haberi yayınlaması sonucunda söz konusu göçmenlerin sınır dışı edileceklerini bilmesi böyle bir ikilemi ortaya çıkarmaktadır (Clark, 2012). Dolayısıyla ne tek tip gazetecilikten söz etmek ne de gazetecilik faaliyetlerinin etik ikilemlere sebep olmayacağını söylemek mümkündür. Dolayısıyla etik ile gazeteciliği birbirinden ayırmak mümkün görünmemektedir, zira gazetecilik esasında her ne şartta olursa olsun kaliteli ve doğru bilginin kitlelere sunulmasını hedefleyen (Dreschel, 1988, s. 237), özgürlük, hakikat, nesnellik, dürüstlük, gizlilik gibi bir dizi etik kavrama odaklanarak mesleklerini icra ettiklerini ileri süren bir meslektir. Bilginin kalitesini korumak ve artırmak için isnat ettikleri etik kodları, haber toplama, yazma ve yayma gibi temel gazetecilik pratiklerinde hayata geçirmeye çalışmaları gazetecilerin karşılaştıkları etik ikilemlerin sebeplerindendir (Belsey & Chadwick, 2006, ss. 1-4; Chari, 2013, s. 115; Nisan & Şentürk Kara, 2022, ss. 106-107). Diğer taraftan gazetecilik faaliyetlerinin başlangıcındaki bir nokta olarak "neyin haber olduğu" hususu üzerinde felsefî ve etik açıdan yeterince durulmamakta, bu husus genellikle gazetecinin gündelik pratiklerinin içerisinde önemsiz bir ayrıntı olarak kalmaktadır (Halberstam,

1992, s. 11). Hâlbuki gazetecilikteki etik problemler, henüz hangi olayın haber olarak değerlendirileceğinin tespit edildiği ilk safhada başlamaktadır.

Galtung ve Ruge'un (1965) "Bir olayı haber yapan nedir?" sorusuna odaklanan çalışması herhangi bir olayın haber olarak kabul edilmesinin "sıklık, eşik, açıklık, anlamlılık, uyumluluk, beklenmediklik, devamlılık, derleme, elit devletlere referans, elit kişilere referans, kişiselleştirme, olumsuzluğa referans" olmak üzere birbiriyle bağlantılı 12 ölçülebilir kıstas dâhilinde açıklanabileceğini ileri sürmüştür (Galtung & Ruge, 1965, s. 70). Harcup ve O'Neil (2001) ise eğlenceli ve cinsel içeriklerin, negatif haberlerde olduğu gibi kurtarma, iyileşme gibi pozitif tonlu içeriklerin ve gazetenin hâli hazırda gündeminde olan meselelerin de haber değerine sahip olabileceğini ileri sürmüştür. Buna göre gazetecilikte neyin haber olarak kabul edileceği, haberin sağlayacağı pragmatik faydaya göre belirlenmektedir.

Haber değeri kavramının öncelikli olarak felsefi bir sorun olduğunu ileri süren Cohen (1992, s. 8)'e göre ise "haber değeri" 'haber felsefesinin' etrafında geliştiği esas kavramdır. Zira gazetede veya medyada kendine haber olarak yer bulabilen olay, kişi veya durum sayısı sınırlıdır. Bazılarının haber değeri varken, geriye kalanların haber değerinin neden olmadığı veya bazılarının diğerlerine nazaran neden daha fazla haber değerine sahip olduğu gibi gazeteciliğin pratik soruları, felsefi açıdan haberin "neliğinin" sorgulanmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla kendi başına bir değeri olmayan olaya veya kişiye nasıl 'değer atfedildiği' probleminin cevabına da ancak habere felsefi bir veçheden bakılarak ulaşmak mümkündür (Cohen, 1992, s. 8).

Halberstam, "A Prolegomenon for a Theory of News" (1992, s. 12-14) isimli denemesinde haberin mutlak suretle 'bir olayla ilgili' olması, 'şu anı' ele alması ve 'rapor edilmesi' gerektiğini vurgulamıştır. Hangi olayın haber olarak seçileceği gazetecinin belirlediği nominalist bir süreçtir. Gazetecinin bir olayı "haber" olarak isimlendirmesi o olayı "haber" yapmaktadır. Diğer taraftan haber çok hızlı eskiyen, yalnızca şu anda vuku bulan olayla ilgili olan bir niteliğe sahiptir. Dolayısıyla olayın motivasyon ve sebeplerini görmezden gelmektedir. Haberin esas amacı ise uyarmak, öğretmek veya eğlendirmek değil bilgi vermektir; kişi olayı bir başkasına aktardığı zamandan itibaren olay bir habere dönüşmeye başlamaktadır. Bu bağlamda Halberstam (1992, s. 15) haber değerinin (a) bir 'söz edimi', (b) bir 'önem meselesi' ve (c) bir 'ilgi meselesi' olarak tanımlanabileceğini ileri sürmüştür.

Haber değeri için genel, nesnel bir ölçüt ileri sürmek mümkün değildir, zira haber ancak gazetecinin 'haber olarak tanımladığı şey'dir. Haberin rapor edilmesi, haberi bir eyleme dönüştürecektir. Neyin haber olduğunu söz ediminin belirlediği bir ortamda haberin değerini gazetecinin öznel yorumları belirleyecektir. Söz konusu öznel yorumlar ise toplumsal normların mütemadiyen yeniden belirlenmesine yol açabilecek bir etkiye sahiptir. Neyin haber olduğuna söz ediminin karar verdiği ortamda dahi hangi gazetecinin hangi olayı haber yapıp hangilerini görmezden geldiği ve bunu neden yaptığı sorgulanmaya

muhtaçtır. Halberstam’a göre önemli olanın aynı zamanda haber değerine sahip olduğu düşüncesi, neyin haber olduğuna yönelik tartışmada söz edimi yaklaşımına nazaran çok daha mantıklı ve kabul edilebilirdir. Zira haber değerini oluşturan, haberin insan yaşamında meydana getirdiği değişikliklerdir. Haber değerine sahip olan şey, sonuçları insanların hayatlarını etkileyebilecek olan şey, dolayısıyla insanların bilmeleri gereken önemli şeydir. Haber değerinin bir ilgi meselesi olduğuna yönelik görüş ise herhangi birinin ilgisini çeken herhangi bir olayın haber olabileceğini ileri sürmektedir. Eğer bu bakış açısıyla haber değerini tanımlanırsa her olayın potansiyel olarak haber değeri taşıdığı kabul edilmiş olur (Halberstam, 1992, ss. 15-16, 18).

İster pratik ve faydacı bir uygulama isterse felsefi bir tartışma olsun, neyin haber olduğunu belirlemede geçerli olan kıstaslar, tanımlamalar ve sorgulamalar kadar bunları uygulayanlar ve uygulama biçimleri de önemlidir. Hangi olayın haber olabileceğini belirleyen gazeteciye tanınan özerklik derecesi, çalışılan kurumun tipine, yürütülen gazetecilik türüne bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Harcup & O’Neil, 2001, s. 1473). Haberi seçenler farklı bir ifadeyle habere değer atfedenler, değer biçenler veya değerlendirenler ekonomik, siyasî, kurumsal, ahlâkî baskı unsurları altında bulunmakta ve bu şartlarda gazetecilik faaliyeti yürütmektedir (Brighton & Foy, 2007, ss. 163-174). Bu durum haber değerlerinin doğal, tarafsız ve mutlak olmadığını tam aksine haberin yapıldığı toplumun ideolojisini ve önceliklerini yansıttığını ortaya koymaktadır (Bell, 1996, s. 155; Berry, 2008, s. 14). Haberin ideal olarak, hakiki, doğru ve teyit edilebilir olması gereken pratik bir olgu olması (Kocabaş, 2021, ss. 81-88) haber değerlerinin de pratik farklı bir deyişle etik bir mesele olduğuna işaret etmektedir. Zira gazeteci ideal olanla gerçek olan arasında sıkışmaktadır. Bu aradalık, gazetecileri etik ihlal yapmaya iten esas sebeplerden birini oluşturmakta; haber değerlerini insanın değerini değersizleştiren bir araca dönüştürmektedir.

Haber Değeri’nden İnsanın Değerine/Değersizliğine

Değer problemine hazır kavramlardan veya görüşlerden ziyade olgulardan yola çıkarak yaklaşmanın doğru olacağını düşünen Kuçuradi’ye (2016, s. 7) göre değer probleminin konusu olan olgular ancak “değerlendirme etkinliği” tarafından ortaya konabilir. Olayları, durumları, bizatihi kendini mütemediyen değerlendirmek ferdin “varolma şartı”dır. Bu zeminde haber ile haber olmayanı birbirinden ayırmayı amaçlayan “haber değeri” kavramının (Halberstam, 1992, s. 11) insanın mezkûr “varolma şartı”nın bir gereği olduğunu söylemek de mümkündür. Bununla birlikte Kuçuradi’nin (2016, ss. 7-8) “şeylerin değeri ile ilgili problemleri, değerlerle ilgili problemlerden-değeri değerden” ayırması haber ve değer kavramlarının yan yana gelemeyeceğini ortaya koymaktadır.

Zira değer ve değerler arasındaki ayrım açıktır. Nesnelere “değer biçmek” onları “değerli” görmek; bu bağlamda hiçbir zaman çoğul olamayacak olan “değer” ile değerler arasındaki farkı görememekten, bir şeyin değer taşıması

ile değerlerin doğrudan insanla ve anlam ile ilişkisini anlayamamaktan, “değerleme” ile “değerlendirme”, “değer atfetme” ile “değer biçmeyi” birbirine karıştırmaktan kaynaklanmaktadır (Kuçuradi, 2016, ss. 39-40). “İnsanın değeri”, tür olarak insanın, insan olmayan varlıklarla ilgisi bakımından özel durumunu ifade etmektedir. İnsan değerleri, tür olarak insanın başarılarıdır (bilgi, bilim, sanat, felsefe vs.). “Kişinin değeri” ise kişinin toplumdaki özel yeri, özel durumudur. İnsan hakları temelinde toplum içindeki eşsiz yeri kişinin değerini verir. Nihayetinde değer, bir şeyin değeri, kendisiyle aynı türden olan bir şeyin o şeyler arasındaki özel yeri, konumu veya durumudur. Değerlilik ise o şeyin kendisiyle aynı türden olan şeyler arasındaki özel konumundan dolayı insanla olan hususî ilgisi yani insan için o şeyin taşıdığı özel anlamdır (Kuçuradi, 2016, ss. 40-42; 2011, s. 178).

Değerlendirmek ise “değerlendirilenin kendi alanı içinde özel durumunu görmek ve göstermektir.” (Kuçuradi, 2016, s. 14). Değerlendirilen şey hakkında doğru veya yanlış değerlendirmelerde bulunmak değerlendirmeyi bir bilgi meselesi yapmaktadır. Doğru değerlendirme “objelerinin değerinin bilgisini sağlayan değerlendirmelerdir.”. Değerlendirme, değerlendiren kişi için aynı zamanda bir “insan problemi”dir. Her değerlendirmede farklı kişi değerlerinin devreye girmesi olağandır, dolayısıyla “değerlendiren kişinin değeri” söz konusu olmaktadır (Kuçuradi, 2016, ss. 14-15).

Haberci, bir olayın haber olup olmadığını değerlendirirken, meslek pratiklerinin getirdiği “değiş-tokuş değeri”nden kaynaklanan relatif değer ölçütlerinden ziyade mezkûr anlamlarıyla “insanın ve kişinin değeri”ne göre hareket etmelidir. Zira haberci, insanın hayatını ve değerini doğrudan ilgilendiren bir mesleği yürüttüğünün; dolayısıyla insanla ilgili her olayın alelade bir değerlendirmenin ötesinde “doğru değerlendirme”yi hak ettiğinin farkında olduğunu etik kodlar yoluyla taahhüt etmektedir. Diğer taraftan “doğru değerlendirme”nin yapılabilmesi için değerlendirenin (habercinin), “tarihsel varlıklarla ilgili değerlendirmelerden: açıklamalardan ve olaylar ile ilgili durumların yorumlamalarından meydana” gelen (Kuçuradi, 2016, ss. 44-47) “perspektifli bilgi”nin varlığının farkında olması gerekmektedir. Doğru yorum “perspektifli” bir şeydir ve bir mesele hakkındaki farklı yorumların aynı anda doğru olması söz konusu olmamaktadır.

Bir olayın doğru değerlendirilebilmesi için eylemi doğru anlamak, eylemin kim tarafından ve hangi koşullarda yapıldığını bilmek ve olayı her türlü ahlâkî değerden ayırarak kendi özelinde ele almak gerekmektedir (Kuçuradi, 2016, s. 62-66,76). Kuçuradi’ye (2011, s. 17-18) göre doğru değerlendirme iç içe üç safhadan oluşmaktadır. ‘İlk safha’ değerlendirenin değerlendirdiği kişinin eylemini veya tutumunu “anlama”sı, değerlendirilenin eylemini “neden” ve “niçin” gerçekleştirdiğinin tespit edilmesidir. Doğru anlama, değerlendirilenin eylem imkânları içinde neden başka bir eylemi değil de o eylemi gerçekleştirdiğinin, eylemi gerçekleştirmedeki amaç ve isteğinin kavranmasıdır. Eylemin yapıldığı şartlarda başka “eylem olanakları”nın olup olmadığının tespit edilmesi ve bu

olanaklar nezdinde icra edilen eylemin konumunun, icra edilen eylemin nelere yol açtığı ve hangi imkânları sağladığının tespiti 'ikinci safha'yı, eylemin değerinin insanın değeriyle ilgisi, uygunluğu ise 'üçüncü safha'yı oluşturmaktadır. Eylemin değerinin değerliliği veya değersizliği (doğruluğu veya yanlışlığı) bu safhada anlaşılmaktadır.

Kuçuradi'ye (2011, ss. 38-41) göre doğru değerlendirme, istisnâidir, zira ahlâkları oluşturan değer yargıları insanları, doğru değerlendirmeye değil genellikle ezbere değerlendirmeye sevk etmektedir, bir bilgi meselesi olarak görülmeyen değer yargıları doğru değerlendirmeden uzaktır, 'Değer biçmeler ve değer atfetmelerden' oluşan ezbere değerlendirmelere yol açar farklı bir deyişle etik meseleleri ortaya çıkarır.

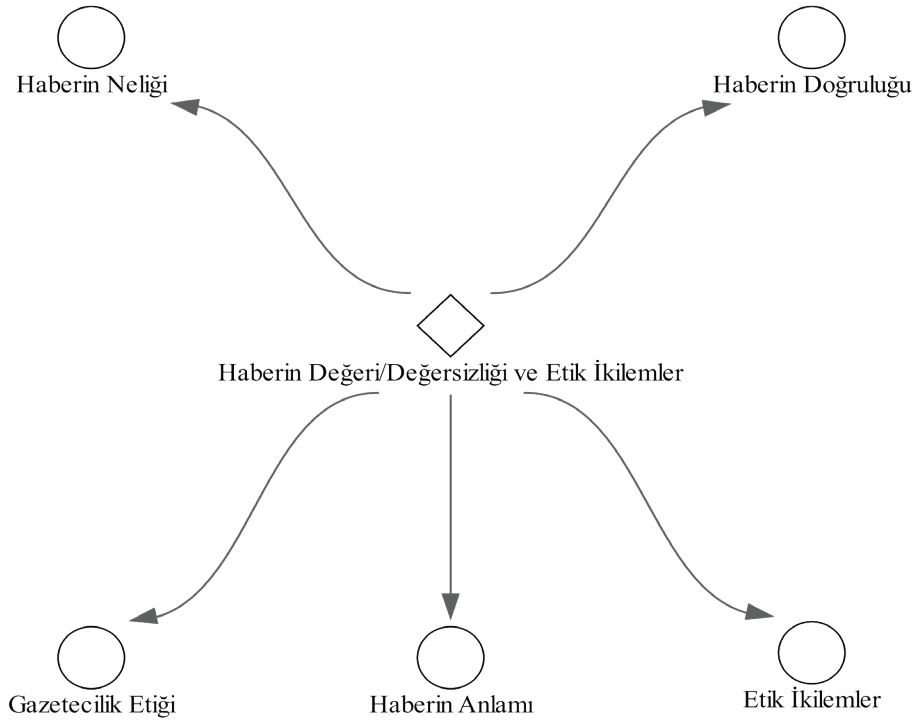
Değerlendirenin herhangi bir eylemi, "kendisiyle rastlantısal özel ilgisinden" ötürü değerli veya değersiz görmesi değer atfetmedir. Eylemin değerlendirilene olan muhtemel yararı değerini, muhtemel zararı ise değersizliğini belirler. Doğru değerlendirmenin ilk safhası yani "anlama" atlanmaktadır. Değer atfetme ile değerlendirmenin olmadığı yerde kişi, olayı veya eylemi (ender de olsa kişileri) bağlı olduğu grubun değer yargılarını temel alarak değerlendirir (Kuçuradi, 2011, ss. 19-20). Değer biçmeler, kişilerarası ilişkilerde davranışları şekillendirir. Genel bir grubu temsil ettiğinden belirli gruplardaki yaygın değer biçmeler "ahlâk" olarak tanımlanır. Ahlâk: Belirli zaman ve mekânda belirli bir grupta geçerli olan, olması istenen, türlü değer yargıları sistemleridir (Kuçuradi, 2009, s. 33).

Değerlendirmenin değerlendiren bakımından şartları da doğru değerlendirmeye tesir etmektedir. Ancak "keskin bir bilme yeteneğine" sahip, değerlendirme hususunda ya kendi kendine ya da başkası aracılığıyla bir eğitim almış, kendini geliştirmiş, "çeşitli yaşantı olanaklarını" öğrenmiş ve "ana değer sorunlarıyla hesaplaşmış" kişiler doğru değerlendirme yapabilir (Kuçuradi, 2011, ss. 23-24).

Bulgular

Araştırma verileri tahlil edilmiş, 13 alt tema ve bunlara bağlı "Haberin Neliği", "Haberin Doğruluğu", "Gazetecilik Etiği", "Haberin Anlamı" ve "Etik İkilemler" temalarına ulaşılmıştır.

Şekil 1. Araştırmanın temaları



“Haberin Neliği” katılımcılar için haber kavramının ne anlama geldiğini, “Haberin Doğruluğu”, doğru haberin ne olduğunu, “Gazetecilik Etiği”, “Haberin Anlamı” ve “Etik İkilemler” temaları ise araştırmanın esas sorularına cevap veren düşünceleri içermektedir. Söz konusu temalarda ideal gazetecilik ile reel gazetecilik arasındaki farklar, etik ilkelerin uygulanabilirliği, haberin yazımında, aktarımında karşılaşılan etik ikilemler ve söz konusu ikilemlere sebep olan ekonomik, ideolojik, siyasi, toplumsal sebepler ile bunların haber değerleriyle olan ilişkisi ortaya konulmuştur.

Haberin neliği

“Haberin Neliği” teması, haber kavramının muhabirler nezdinde teorik, pratik ve ideal kavranış biçimlerini içeren ifadelerin toplamının bir tezahürüdür. Buna göre haber, klasik haber değerlerini de içine alacak şekilde gündemdeki konularla doğrudan bağlantılı bir mahiyettedir. Muhabir haberi sahada aramalı, şehrin ve toplumun gündemini birebir fertlerle konuşarak öğrenmeli (K4: 170), yerelin gündemi ile genelin gündemini bir arada takip edebilmelidir (K4: 132-155). Muhabirin ve muhabirin çalıştığı kurumun içinde bulunduğu ekonomik vaziyet ise haberin oluşturulmasında mühim bir role sahiptir. Bu durum haberin aktörünün önemini arttırmaktadır.

“Kim kazanır?” kelimesi sonuçta bize dönüş olması gerekiyor. Her haberi de haberleştirip yayınlamıyorsun. ...Kimin kazanması gerekiyor? ...masrafları karşılayabilen iş adamları var, bu iş adamları kimler? Bizim patronlarımız. Mesela şirketimiz, örnek veriyorum: En basiti Malatya ... gazetesi, 4 ortaklı bir şirketin 4 tane iş adamının ortaya koyduğu bir sermayeyle dönen bir iş yeri. Bu iş yerinin dönebilmesi için o ortakların kâr yapmasından ziyade ortakların çıkarlarına ters düşmeyecek, ortakların siyasi noktada ihtiyaçlarını yürütebileceği yerler olması gerekiyor (K7: 43, 47).

“Haberin neliğine” sirayet eden çıkar ilişkileri sebebiyle haber ile ilan veya reklam arasındaki ayrım da ortadan kalkmıştır. Bir olgunun veya olayın haber olabilmesi için gerekli olduğu düşünülen haber değerleri ekonomik çıkarlar için üretilebilir olmuştur. Üstelik internet ortamı bunun gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan cezbedici unsurları içerisinde kendiliğinden taşımaktadır (K7: 65, 67):

Online ortamda link çıkışı verildiği için bu yazılara Google reklam olarak algılıyor zaten. ...Haber olarak okuyan var. Ve bunu fark eden de var. Okuyucunun gereksinimi olan içerikler de içerisinde bulunuyor. Mesela bir masanın nasıl üretildiğini anlatan bir içerik yazısı, masa şu tarihlerde şu ellerden geçti, şu ahşaplar kullanılıyor, şu modellerle üretiliyor, şu mağazalarda satılıyor, dağdan geldi, ağaçtan indi, tahta oldu, tahta işlendi, marangoz bunu törpüledi, boyadı mağazaya geldi. Bu yazıyı yazdıran mağaza diyor ki, o mağazaya geldiği kısımda benim adım geçsin.

Bu zeminde düşünüldüğünde her şeyin haber olabilme potansiyeli vardır, mühim olan haberin mevcut çıkar ilişkilerine uygun şekilde tasarlanması ve seçilmesidir.

Her şey haberdır

Mülakatlar katılımcıların iki esas haber kavrayışına sahip olduklarını ortaya koymuştur. İlk görüşe göre her olgu veya olay haber değeri taşımaktadır (K1: 31, 51; K7: 37, K8: 30). Haber “yaşanmışlık”tır (K8, 22, 24), yaşantıyla ilgili her şeyin haber olma imkânı vardır (K2: 25).

...haber, insanların bilmesi gereken, kamuoyunun bilgilenmesi gereken, yeri geldiğinde insanlara yol gösteren, yeri geldiğinde bilgi sunan, yeri geldiğinde merak uyandıran kısacası hayata dair, yaşama dair, insana dair, dünyaya dair, hayatın içerisindeki her şeye dair bilinmesi gereken her şeydir (K3: 30).

Haber aynı zamanda söz konusu olay veya olgunun sürecini yansıtmalı, anlamlı olmalı (K1: 55) ve toplumun geneli için “önem” taşımalıdır (K6: 143, 301; K2: 37).

Ahmet’le Mehmet kitap yazmış aynı kitabı, aynısı, şiir kitabı. Ahmet engelli bir vatandaş Mehmet değil. O zaman Mehmet’in haber değeri olmuyor çünkü burada bir konu var, olay var yani, ne var? Engelli bir vatandaşın zor şartlarda bir kitap yazması, belki de görme engelli biri bir kitap yazmış. Bunu zor şartlarda basmış, hikâye oluyor. Bir hikâye örgüsü yaratıldığı zaman ortaya haber çıkıyor (K1: 58).

Toplum için genellikle faydalı olan önemlidir. Gazeteci fertlerin faydasına olan olayı veya olguyu görüp haberleştirebilmeli, insanların bilgi ihtiyacını karşılayabilmelidir. Zira insanlar içinde yaşadıkları hayatı erişebildikleri tüm yönleriyle bilmek istemektedir (K3: 46, 52-54, 57). Diğer taraftan toplumun haberin kendisi için neden önemli olduğunu bilmesi gerekmemektedir. Gazetecinin işi habere konu olayın önemini topluma göstermektir, gazeteci önemsiz gibi görünen bir konuyu da “kendi yorumları ile önemli bir hale” getirebilmektedir (K2: 53).

Haberi ben yaparım, ben ne istersem vatandaş onu öğrenir. Eğer ben vatandaşın cinayeti öğrenmesini istiyorsam, cinayeti açıklarım. Yok öğrenmesini istemiyorsan, onu farklı dillerde yazarım (K5: 64).

Haberi görmek gazetecinin tecrübesiyle edindiği bir melekedir (K1: 62). Gazeteci haberin “koku”nu alma melekelerini hata yaparak edinmektedir (K4: 176-188; K1: 70). Hatta sahada çalışmadan gazeteci olunmayacağını düşünen katılımcılar da vardır, esas olan gazetecilik eğitimi almak değil, gazetecilikte tecrübe kazanmaktır (K8: 80-108).

Bazen olay yerine gidiyorsunuz uzak duruyorsunuz. Çünkü artık tecrübe ediniyorsunuz. Mesela kanı gören herkes saldırır. Trafik kazasına gittiğim zaman, yakınlar oradaysa uzaktan resim çekerim. ...adam saldırabilir. Seni tanımaz o, çünkü canı yanmış. İntihar olayına gidiyorsunuz, yakınları orada ağlıyor. Siz orada artistlik yapıp da ben gazeteciyim, ben bu fotoğrafı çekerim, bu benim işim diyemezsiniz. Saygı başka bir şey, gazetecilik başka bir şey (K8: 114, 116).

Gazetecilik toplumla birlikte var olan bir meslektir, gazeteci için önemli olan bir olay mutlak surette toplum için de önemli olacaktır (K2: 45). Bu noktada haber değerlerinden biri olan ilgi çekicilik öne çıkabilmektedir. Haber, insanların dikkatini çekmeli “bir yerde unutulmuş bir şeyi ortaya çıkarmalı”dır (K9: 36). En azından bir yönüyle insanlara farklı gelmelidir (K9: 44, 60; K6: 143). Bu bağlamda haber, insanın temel gereksinimlerinden biri olan toplumla olan iletişim ihtiyacını karşılayan bir niteliğe de sahiptir (K7: 41).

Haber, toplumun ilgisini çeken şeydir. ...Toplumun iletişim gereksinimi var. İletişim gereksinimi arkadaşlar arasında ya da aile arasında yaptığı bir irtibat sonucu karşılayabiliyor. Bunun haricinde de toplumun diğer kesimleriyle bir iletişim kurma yolunu bulması gerekiyor insanın, kişinin. Bu iletişim gereksinimini haber üzerinden tamamlıyor. Aslında bir insan için ekmek, su, eğitim, barınma gibi haber de bu ihtiyaçlardan. Temel ihtiyaçlardan biridir (K7: 33).

İlginç olan her durum veya toplumu ilgilendiren her olgu haber olma potansiyeline sahipse de içinde bulunulan şartlar bir takım seçimler yapmayı zorunlu kılabilir.

Haber seçilendir

Katılımcıların genel kanaati her şeyin haber potansiyeline sahip olduğu yönündedir ancak kamu yararını sağlayacak olsa da ucu siyasî, ekonomik çıkar ilişkilerine dokunacak bir olay haberleştirilmeyebilmektedir. Çalışılan kurumun toplumsal bir meseleye karşı takındığı siyasî duruş haber değeri olduğuna inanılan bir olayın haberleştirilmesini engelleyebilmektedir (K9: 394-396.) Söz konusu engeller patronajda cisimleşmektedir, zira muhabirden ziyade “patronun seçtiği” haberdur (K4: 120). Gazetecinin patronun istek ve çıkarlarına aykırı hareket etmesi mümkün olmamaktadır. Muhabirlerin günlük gazetecilik rutinlerini belirleyen patronun siyasî, ekonomik çıkar ilişkileridir (K4: 121-130, 547). Şu hâlde neyin haber olacağına karar veren muhabir değil patrondur. Gazeteler, patronların çıkarlarını koruyan ve kollayan bir yapıya, hatta patronun çıkar ilişkilerinin bozulduğu güç odaklarına karşı kullanılan bir silaha, gazeteci ise adeta bir tetikçiye dönüşmüştür (K7: 48-53, 583; K9: 196-198).

Sebebi açıklanmasa bile aklında bulunsun. Bu filanca belediye ile ilgili, filanca kurumla ilgili, filanca şahısla ilgili elinize bir konu gelirse, değerlendirmeye alın. ...yani değerlendirmeye alın. Kibarca koşturun demiyor ama değerlendirmeye alın diyor... Burayı derinleştireceğiz artık, burayla aramızda sıkıntı var. ... (gazeteci) tetikçiye dönüşüyor (K7: 129, 131, 140, 145).

Çıkar ilişkilerinin neyin haber olduğunu belirlediği ortamda haberin doğruluğunu da doğal olarak menfaat ilişkileri belirlemektedir.

Haberin doğruluğu

Bir haberin doğru olarak kabul edilebilmesi için gazeteci haberini mutlak surette belgeye dayalı yapmalıdır. Zira bir olayın doğruluğunu belirleyen gerçekliğinin en önemli kriteri haberin nesnel dış kaynaklara dayandırılabilir olmasıdır. Belge, gerçekliğin ispatı, haberin doğruluğunun dayandığı ana kaidedir (K2: 69; K5: 158-164; K3: 97-103). Gazetecinin haber yapma özgürlüğünün de teminatı, belgedir (K3: 143).

... karşı tarafın canı sıkılacak biliyorum ama diyorum ki benim elimde belgem var mı? Var, tamam. Belgeye sahibim. Haberi yapıyorsun, karşı taraf seni arıyor, benim o haberi kaldırım diyor. Bana iftira, bilmem ne, onu silin diyor. Biz de diyoruz ki, benim elimde belgem var. Size iftira atılmış olabilir, iftira atıldıysa hukuksal merciler bunu ortaya çıkartacaktır, aklandığınız zaman onu da haber yaparız diyorum (K3: 205).

Haber kaynağı olan insan ile belgeleri birbirinden ayırmak da mümkün değildir. Muhabir için insan aynı zamanda belgeye ulaşmanın yolu, aracıdır. İnsan, olayın teyide muhtaç tanığıdır (K5: 163-166; K6: 312-315; K7: 172-178), diğer taraftan ispat niteliğindeki belgeye ulaşmak da zordur.

Bu ülkede kanıt kimse bulamaz. Çok nadir bulurlar. Bu ülkede pandemideki vakaların sonradan çarpıtıldığını bilmem necilerin dediği kanıtlar üzerine görmedik. Oradan buradan ... TV’den şuradan, şunun bunun milletvekillerinden, bazı donelere dayanarak, bazı hastanedeki verilere dayanarak... genel bir kanıt sunamıyorsun,

sunamazsın. Yani burası demokrasinin oturduğu bir ülke değil (K1: 182).

Belgeye ulaşamayan gazeteci tanıklığı belge olarak kabul etmekte, haberini kişilerin söylemleri üzerine şekillendirmektedir. Gazetecinin mutlak güvenilebileceği tanıklık ise ancak kendi tanıklığıdır (K2: 89).

Bir gazeteci haberini yaptıktan sonra karşı taraftan görüş almalı değil mi? Ben doğru bildiğimi, gördüğüm şeyleri haber yaptığım için karşı taraftan görüş bile almaya lüzum görmüyorum. ...Kendimden teyit alıyorum. Ben görüyorum, sorunu teyit etsem zaten karşıdaki diyecek ki hayır olmadı. Yalanlayacak gördüğüm şeyi (K2: 83, 89).

Her olaya gazetecinin tanık olması mümkün değildir. Bu durumda gazeteci farklı kişilere sorarak haberini teyit etmeye çalışmaktadır (K2: 90-99). Belgeye ulaşamayan yerde, hatta kimi zaman kendi tanıklığı olduğu yerde dahi gazeteci, "iddia" etmek zorunda kalabilmektedir.

Maalesef iddia gazeteciliği var. Muhabir de kendini güvence altına almak için iddia etmekte. ...kendimiz açısından iddia etmek zorunda kalıyoruz bazen çünkü elimizde bazı şeyler sınırlı. ...doğrulama sınırlı, doğrulayabilsek de, teyit etsek de sınırlı, bir yerde iddia etmek zorunda kalıyoruz (K6: 317, 319, 321).

Kimi zaman ise olayın tanığına güvenen gazeteci, teyit etmeye lüzum dahi görmemekte, iddia gazeteciliğine kendiliğinden geçebilmektedir (K6: 343-343).

Haberin doğruluğu salt metnin olaya uygunluğunda, belgede veya teyitte aranmamalıdır. Kimi zaman haber, insanların sorunlarına çözüm bulduğunda doğru olmaktadır (K1: 49). Güvenilir gazetecinin kaleminden çıkanlar sorgulanmadan doğru kabul edilebilmektedir. Dolayısıyla gazeteci her daim toplumu yanlış yönlendirebilme, toplumu "zehirleyebilme" ihtimalini göz önünde bulundurarak hareket etmek zorundadır, gazeteci için "ahlâk kuralları ile doğruluk ilkeleri ile haber yazmak" bir mecburiyettir (K2: 67, 155).

Şu hâlde haberin doğruluğunu belirleyen esas unsur gazetecinin ahlâkî durumu ve toplumu öne çıkaran tavrıdır. Bunun için gerekli olan ise siyasî ve ekonomik tarafsızlık, esasen haktan ve hakkaniyetten yana taraf olmaktır (K5:134; K10: 50). Ancak gazeteciliğin içinde bulunduğu şartlar bunu engellemektedir (K5: 86).

Kim derse ki ben objektifim tarafsızım kesinlikle sadece kendi taraf olduğu şeyin tarafıdır. Kendi doğru baktığı şeyin tarafıdır. A'dan tutun b'ye bütün herkes tarafsız ve objektif. Kesinlikle değil, çünkü sadece kendi istediği tarafa objektif olup, kendi istediği tarafa taraftırlar. İnanmıyorum, tarafsızlığa. ...kurumun yayın politikası vardır, siz bu yayın politikasının dışına çıkamazsınız (K9: 118).

Tarafsızlığın yaşama şansı bulamadığı bir çalışma ortamında doğruların kendi başlarına ve her şeye rağmen ortaya çıkması mümkün değildir. Doğru, baskı unsurlarının tesiri altında kalmakta ve kolaylıkla şekil değiştirebilmektedir.

Menfaat doğruluğu baskılar

Değişen ekonomik şartlara ayak uydurmak, hayatta kalabilmek ve rekabet edebilmek için doğruluktan ziyade ilgi çekiciliği ve hızı öncelemek gerekebilmektedir.

İnternet medyacılığının da gelişmesi ile beraber tık haberciliği, dediğimiz bir şey ortaya çıktı. Ben 3 yıl bilfiil o işi götürdüm. Biz bu işi yaparken haberin doğruluğundan çok haberin tıklanma sayısı önemli hale gelmeye başlamıştı. ...ilk etaplarda daha da yükseğe çıkmak için haberin gerçekliğini bir kenara atabiliyorlar. ...yeni başlayanlar vururlar hiç teyit almazlar çünkü kendini göstermeye çalışırlar, aynı bizim gibi. Bir şey yapmışsın büyümen lazım orada. Ama bir yere geldikten sonra olmuyor, frenliyorsun. Frenlemeyen kutuplaştırıyor kendini (K1: 31-32, 46).

Para, haber yapımının en önemli belirleyicisi durumundadır. Kimi katılımcılar kendilerine haber karşılığı doğrudan para teklif edildiğini ifade etmiştir (K6: 635).

Haberini yaptığım insanlar diyor sen hep bizim haberimizi yapıyorsun. Böyle olmuyor, biz eziliyoruz. Şunu al, bir harçlık edersin. ...Mahcup oluyorlar. ...Bir keresinde, bir parti il başkanı cebime bir tomar para koydu. ...Dedim ki zaten ben gazetemden maaşımı alıyorum. İsrar etti. Bana hediye mi vermek istiyorsunuz? Dedim. Kalem kutusu vardı bir tane, kalem aldım. Bu benim için en büyük hediye dedim. Parasını geri verdim (K2: 313,319, 321, 323, 325).

Para karşılığı haber, internet haberciliğinde sıradan bir vakıya dönüşmüş görünmektedir (K2: 281, 309). Zira herkesin gazetecilik yapabiliyor olması, gazeteciliğin "değerini düşürmekte" (K3: 175), insana verilen değer yok olmasına ve menfaat karşılığı haberciliğin normalleşmesine sebep olmaktadır (K1: 90; K2: 117; K3: 185; K5: 289, 297).

Malatya'da gördüğüm kadarıyla parasını almazsan, çatırsan kötüdür, onun her yaptığı batar size. ...kesinlikle maddi çıkar. Kimisi evladı için iş, kimisi kendisini bir kuruma yerleştirmek için, bunu çok çok iyiymi diyen gazetecilerin hepsi de yapmıştır. Ve ben bunu çok görmüşümdür (K9: 188, 228).

Öyle ki bilhassa seçim dönemlerinde siyasîlerin küçük veya büyük ölçekli ayrımı yapmadan yerel internet haber sitelerinin hepsine reklam vermesi, sırf seçim dönemlerindeki söz konusu reklam pastasından pay alabilmek için geçici internet haber sitelerinin kurulmasına "geçici gazetecilerin" ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Bahsi geçen haber siteleri seçim dönemlerinin sonunda yayın faaliyetlerini sona erdirmektedir (K1: 136). Bununla birlikte yerel işletmelerden veya kurumlardan şantaj yoluyla para almaya çalışan yazılı basın mensuplarının varlığı da ileri sürülmektedir (K10: 62; K5: 108, 110-112).

Hatta ben daha da ileri gideyim. Bazı kişiler bazı özel okullardan da reklam alıyorlar, tehdit var yani. Yani bunu biliyorum. ...yani aleyhine haber yaparım diyor. Onu tehdit ediyor, açık açık. Gidiyor önce bir iyi niyetle istiyorlar, ya bir siteye bakalım diyorlar, o okulda bilen biri varsa bakıyor, diyor ki; bundan bir şey olmaz biz buna (reklam) vermeyelim derse, bunlar tekrar gidiyorlar. Diyorlar ki vermezsen ismin çıkar, okuldan açık buluruz. İsim vermeyeyim bazı dershanelerin başına gelmiş. Bunu

da günlük gazetelerden bir tanesi yapıyor, vuruyor, hedef alıyor. Adamlar da vermek zorunda kalıyor. Aslında bir mafya düzeni, ortada bir mafya düzeni var (K1: 138, 140).

Haberin doğruluğunu etik açıdan tehdit eden bir diğer durum "samimi ilişkiler"dir. Siyasîlerle veya iş adamlarıyla kurulan samimi ilişkiler, hediyelerle doğru haber yapmanın önünde engel oluşturabilmektedir (K1: 168; K2: 335; K6: 237; K4:366). İlginç bir başka durum ise gazetecinin gazeteciyi kendi tarafına çekmek için çeşitli yollar denemesidir. Örneğin bir cemiyetten veya dernekten ödül verilmesi muhabirin belirli bir tarafa veya yöne çekilmesi için kullanılabilmektedir (K6: 443, 449, 451).

Yazılı basında çalışan ve düzenli bir gelire sahip olan muhabirler, para karşılığı haber yapımının etik bir davranış olmadığı hususunda hemfikir görünmektedir (K3: 183; K4: 222-224). Ancak "reklam haber" konusunda aynı fikir birliğini görmek mümkün değildir. Katılımcılar reklamın gazetesinin hayatta kalabilmesi için olmazsa olmaz bir girdi oluşturduğunu, gazetecilik etik ilkele-riyle zaman zaman çelişse dahi ilan, duyuru veya tanıtım niteliğindeki reklam haberlerin sıkça gazetelerde yer bulabildiğini ifade etmiştir (K6: 661-663, 679; K7: 61, 65; K10: 66).

Doğru haber menfaat sağlar

Doğru haberin gazeteciye ve kurumuna menfaat sağladığını ileri süren paradoksal bir görüş de vardır. Buna göre doğru haber yapan veya yapmakta ısrar eden gazetecinin ve kurumunun izleyici gözündeki değeri yükselmekte, böylece herhangi bir çıkar ilişkisine girmeden hayatta kalması, mesleğini devam ettirmesi mümkün olmaktadır (K6: 695; K8: 406; 422-423; K8: 440; K3: 259, 265).

...siz ne kadar doğru, dürüst, tarafsız, ilkeli duruş gösterirseniz o kadar çok izlenir o kadar çok okunursunuz. ... Dile gelmesi gereken, yazılması gereken, konuşulması gereken ne varsa hepsini haber yaparak toplumun bilgi ihtiyacını giderdiğiniz için insanlar bugün işte x gazetesine ne çıktı acaba, diye merak eder. X programında bugün, bu hafta ne konuşuldu diye merak eder, neden? Sizin tarafsız, ilkeli olduğunuzu biliyorlar (K3: 251-253).

Bu durum gazeteciyi veya kurumunu takip eden izleyici sayısını arttırmaktadır. Büyüyen kitle, kazancın ve toplumsal saygınlığın artmasını sağlamakta, daha bilinçli, eleştirel okuyucuya hitap etmeyi mümkün kılmakta, gazeteci ve kurum üzerinde denetleyici bir mekanizma oluşturmaktadır.

...kitle büyüdükçe daha kaliteli kitle geliyor, sorgulamaya başlıyor. Haberi sorguluyorlar. Haberi atarken 5-6 kere düşünüyoruz teyit almaya çalışıyoruz. ...gerçek okuyucu geldiği zaman daha fazla okuyor, düşünüyor, haberi de sorguluyor, bu adamlar yorumlarında seni kınayabiliyorlar, başkalarına seni önerebiliyorlar, hedef de gösterebiliyorlar. ...Bugün mesela Malatya'da iyi bir şey yapıldığı zaman bunu da girmeye çalışıyorum. Çünkü burada bir tarafsızlık ortaya çıkıyor, bunun da faydasını görüyorum. Gazeteciler aslında böyle olsalar daha çok fayda görecekler (K1: 36, 40).

Doğru habercilik, gazeteciliğin ve gazetecilerin toplum nezdindeki kötü imajını da düzeltmekte (K2: 271-275), doğru haber yaptığı bilinen bir gazeteci toplumdaki imajını korumaya yönelik hareket etmeye başlamakta, saygınlığına zarar verebilecek davranışlardan uzak durmaya çalışmaktadır (K2: 327-330; K4: 318-326, 743). Doğru habercilik gazeteciliği kolaylaştırmaktadır.

Dürüst olursan, güvenilir olursan insanlara o itimadı verirsen sana belge de akar, bilgi de akar. Oturduğun yerde de gazetecilik yaparsın (K8: 492).

Bu zeminde doğru haberi gazetecinin ahlâkından ve gazetecilik etiğinden ayrı düşünmek mümkün olmamaktadır. Bir sonraki tema gazetecilik etiğinin gazeteciler gözünden nasıl kavrandığını ortaya koymaktadır.

Gazetecilik etiği

“Gazetecilik Etiği” teması, etik ilkelere uygun haberciliğin ve reel haberciliğin arasındaki farkları ve örtüşmeleri katılımcılar nezdinde ortaya koymaktadır. Bu bağlamda araştırmamız kapsamında muhabirin benimsediği ahlâk ilkelerinin aynı zamanda gazeteciliğini de belirlediğini, gazetecinin haber yapımında ve yayımında vicdani bazı yükümlülüklerinin olduğunu ve reel habercilikte bahsi geçen ahlâkî tavrın sergilenmesinde birtakım engellerle karşılaşıldığını gösteren 3 alt tema tespit edilmiştir.

Ahlâkım gazeteciliğimi belirler

Gazetecilik insanı insana öğreten bir meslektir. Muhabir haberini yaparken hem meslekî hem de insanî olarak hayata dair tecrübeler kazanmakta, toplumun faydasına olan hususlar hakkında daha hassas bir mizaca bürünmektedir (K1: 48; K2: 49, 55; K6: 153; K3: 118-125). Gazetecik belli başlı etik ilkelere uygun şekilde yürütülmelidir (K8: 74, 348; K10: 46, 66; K3: 105, 169-171; K4: 771). Eğer etik ilkelere uygun haber yapılamıyorsa en azından “olanın olduğu gibi aktarılması” şarttır (K3: 105; K8: 24, K9: 38). Zira gazeteci en azından vatandaş ile yönetici arasında aracı rolünü üstlenebilmelidir (K9: 361). İdeal gazeteci, ahlâkî duruşundan ödün vermeyen, toplumu önemseyen, topluma ulaşabilen ve toplumun sesi olabilen bir karakterdir (K4: 509; K10: 58). İdeal gazeteci, güvenilir olmak zorundadır (K8: 480-482) toplumsal veya ekonomik engellere sahip olmamalıdır, ekonomik kaygılarla birlikte gazetecilik yapmak mümkün değildir.

Muhabirlerin benimsedikleri ahlâkî değerler meslekî duruşlarını ve gazetecilik yapma biçimlerini belirlemektedir (K1: 230-233; K3: 141, 247-249; K4: 747; K6: 267; K10: 121-124, 404; K5: 255).

...etik değer olmadan, ahlâk olmadan, toplumsal değerlere sahip çıkmadan, gazetecilik olmaz. ...toplumsal etik değerlere paralel gitmek zorunda. Mesleği icra ederken yaptığınız, işte o sizin sorumluluğunuz. Şahsınızla ilgili sorumluluk, mesleğinizle ilgili sorumluluk, topluma karşı sorumluluk. Böyle bir meslek, çoğu meslekte

bu yoktur (K8: 304-306).

Gazetecilik “karakter mesleği”dir ve böyle olmak zorundadır (K2: 340-345). Gazeteci ancak “karakterli” biçimde hareket ettiğinde, örneğin maddi çıkar gözetmeden, hediye kabul etmeden veya yemekli programlara sırf yemek için gitmeden haber yaptığında toplum nezdinde saygı görmektedir (K4: 336-340).

Gazeteci vicdanlıdır

Vicdan gazeteciyi ahlâkî ilkelere göre hareket etmeye zorlayan bir olgudur (K3: 129; K6: 201). Ahlâk ve vicdan kimi katılımcılar için eş anlamlıdır (K5: 247). K1 için vicdanın bilhassa kendi internet sitesine yüklediği haberlerde çok daha tesirli bir güç olarak ortaya çıkması da dikkate değerdir. Zira internet haber sitesine sahip bir muhabir kendi sitesinin tüm sorumluluğunu üzerinde taşımakta, söz konusu sorumluluk duygusundan kurtulamamaktadır.

Bize haber geldiği zaman, ben o haberi girmezsem, bir sorun var diyelim, vatandaş sorun yaşıyor. Bunu girersen başına bir şey de gelebilir, öyle bir ihtimal de var. Bunu girmezsen vicdan olarak zor oluyor, rahatsız oluyorum. ...bu ilginç bir şey yani bu mesleğe girdikten sonra özellikle de kendi sitemi açtıktan sonra, oranın patronu benim, buranın değil de kendi sitemde patron benim. Ben onu girmedığım zaman, vicdan olarak sorun yaşıyorum (K1: 214-216).

Muhabirin işinden kaynaklı yaşadığı vicdani rahatsızlık, özel hayatına da sırayet edebilmektedir (K5: 244-245). Muhabirin kamu yararını gözeterek yaptığı haberler aynı zamanda toplumun vicdanına dokunan haberlerdir, muhabir böyle bir durumda olaya kayıtsız kalmamalı, risk alarak dahi olsa haberi yapmalıdır, yapamıyorsa mesleği bırakmayı düşünmelidir (K6: 547-549).

Bazen ben bu işi yapamıyorum, diye düşünüyorum. Ben vicdanlı, merhametli bir insanım. Yeri geldiğinde kendimi kısıtlıyorum. Bu iş aslında, kısıtlama gerektirmeyen bir iş. Bu işte ikili ilişkileri, dostlukları, arkadaşlıkları geri plana atman lazım. Çünkü olanı olduğu gibi anlatman lazım. Doğrulardan yana olman lazım. Bazı yerlerde bazı şeyler seni kısıtlıyor. Bu da vicdani olarak hep yüreğinde kalıyor. Her sabah bu masaya geldiğinde, düşünebiliyorsun yani biz niye bu haberi yapamadık? (K6: 825).

Vicdani sorumluluklar muhabirlerin mesleki görev duygusunu da beslemektedir. Gazeteci zamanla meslekî olarak değil ahlâkî bir görev olarak habere yaklaşmaya başlamaktadır. Gazetecilik muhabirin topluma karşı olan görev duygusunu besleyebilmekte ve büyütebilmektedir (K1: 217-229; K4: 208; K6: 159, 165; K8: 321-322).

Tecrübe edindikçe, topluma karşı bir sorumluluk hissediyorsunuz ya da yanlış bir şey varsa, yanlış söylüyorsunuz. Doğru bir şey varsa doğru. ...gazetecilik bazen de kendini toplum için yakmak, demektir. Bu kadar kutsal bir meslek. ...topluma ön ayak oluyorsunuz. Toplumu yönlendiriyorsunuz. Vebali de var bu işin (K8: 278, 282, 284).

Bu bağlamda gazetecilik mücadele gerektiren (K8: 278) yıpratıcı bir meslektir, muhabir hem ahlâkî yükümlülükleri yerine getiremediğinden hem de

mesleğin getirdiği stresli yaşam tarzından dolayı kısa süre içerisinde hem beden hem de manen yıpranabilmektedir (K7: 750-753).

Gazeteci özgür değildir

Gazetecilik, etik ilkelere bağlı ve meslek ahlâkına uygun bir biçimde yapılabilse toplumun, toplum adına denetlenmesini sağlayan bir mekanizma olarak işlevini yerine getirebilecektir (K10: 68), fakat mevcut ekonomik, siyasî ve meslekî şartlarda doğru ve dürüst gazetecilik yapılabilmesi çok zordur (K2: 61-65; K10: 84). Gazetecilik mesleğinin getirdiği ahlâkî riskler muhabirin karakterini devamlı sınamaktadır. Hatta kimi katılımcılar için gazetecilik, tamamıyla kâr amacı güden ticari bir faaliyete dönüşmüştür (K9: 356). Gazeteler bir meta olarak haberi “üreten, satan” birer fabrikadır (K5: 472-473).

Patron, gazetenin sadece sahibi değil, tüm gazetecilik faaliyetlerini denetleyen ve belirleyen bir gizli genel yayın yönetmenidir. Kimi katılımcılar için “gerçek gazeteciler” de patronlardır. Zira karar veren patrondur (K4: 560). Dolayısıyla gazetecinin toplum yararına haber yapımında karşısına çıkan en önemli mâni veya mücadele alanı da patron ve patronaj olmaktadır (K5: 94; K8: 190; K6: 551).

Evliyim 2 tane çocuğum var. Evim kira, mecbur çalışmak zorundayım. Patronlar da bunları bildikleri için, bundan önceki yeri diyorum, 10 yılım orada geçti. 10 yılda 3 maaşımı yedi. 3 maaşım gitti. Adam seni mecbur gibi hissediyor. ... kazanmadığı için değil, zaten her zaman aç. Hiç kazandığını görmedik. Her zaman aç. Mesleğimizin zorluğu bu, patronlar (K4: 110-112).

Gazetecinin geçim kaygısı ve ekonomik sıkıntılar, patronun gazetecilikteki tesirini artırmaktadır. Muhabir her an işsiz kalma kaygısıyla birlikte işini yürütmek zorunda kalmaktadır (K5: 136; 437).

...mesela onu yazmak istemiyorsun ama dediğim gibi ekonomik. Çünkü geçimini sağlaman lazım. Aileni geçindirmen lazım en büyük faktör, o zaman o devreye giriyor. Yani mecbur kalıyorsun onu yazıyorsun (K4: 290; 529).

K8'e göre ekonomik sıkıntıları olan biri, kendi iradesini tümüyle patrona teslim etmek zorunda kalacağından eninde sonunda bir “tetikçi”ye dönüşecektir (K8: 160-166). Dolayısıyla kamu yararına gazetecilik yapılabilmesi için ekonomik bağımsızlık şarttır (K4: 698-709; K7: 103; K8: 156).

Patronaj sistemi muhabiri siyaseten de bir tarafa yakın durmaya zorlamakta, ekonomik bağımlılık beraberinde siyasî bağımlılığı getirmektedir, zira patronlar üzerinde oluşan ekonomik temelli siyasî baskı gazetenin tarafını belirlemektedir (K10: 92). Gazeteci hiçbir şeye ne özgür ne de özgün bakabilmektedir. Gazetecinin üzerinde tesirli olan baskılar oto sansürü beslemekte ve geliştirmektedir. Gazeteci etik kodlar veya ahlâkî değerleri zemin olarak değil, yerleşik pratikler üzerinden haberi toplamakta ve yazmaktadır. Söz konusu pratiklerin çizdiği çerçevenin dışına çıkmayı bir süre sonra düşünmemeye baş-

lamaktadır (K9: 276-280, 332, 398-412). Gazeteci doğrudan sansüre muhatap olmasa dahi oto kontrol geliştirmeye zorlanmaktadır (K6:185-188; K9: 652).

Haberin anlamı

Gazeteci mütemadiyen insan hayatına tesir eden olaylarla karşılaşmakta ve bu olayları haberleştirmektedir. Dolayısıyla gazetecinin eylemleri değerlendirilmesi gerekmektedir. Her ne şekilde değerlendirme yapılırsa yapılsın etik değerlendirme için esas olan eylemin anlaşılmasıdır. Bu bağlamda "Haberin Anlamı" teması katılımcıların haberi anlamak için çaba gösterip göstermediklerine odaklanmakta ve muhabirlerin daha çok hangi değerlendirme biçimine yakın hareket ettiklerini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda katılımcıların esas olarak "haberi anlamaya çalışanlar" ve "haberi anlamaya çalışmayanlar" olarak iki gruba ayrıldıkları görülmüştür.

Haberi anlamaya çalışırım

Gazeteci eylemi yapan değil, değerlendiren kişidir. Bir eylemin etik mahiyetini tespit etmenin en temel yolu ise eylemin anlaşılmasıdır. Katılımcıların haberin taraflarının eylemlerini anlamak için çaba gösterip göstermediğini ortaya koymak araştırmamız için önem arz etmektedir.

Haberi anlamaya çalıştığını ifade eden katılımcılar eylemin neden yapıldığını anlamaya çalışmanın kendileri için standart bir habercilik pratiği olduğunu ifade etmektedir (K1: 256; K2: 191; K8: 505-508). Esasında bir eylemi anlamak, eylemin failinin ve mefulünün eylemdeki payını, tesirini ve eylemin meydana geldiği koşul ve sebepleri anlamaktır. Gazetecilik için de durum aynıdır ancak katılımcılardan yalnızca K8 eylemin failini, mefulünü veya eylemin meydana geldiği koşul ve sebepleri anlamak için çaba harcadığını ifade etmiştir (K8: 578). K8'e göre gazeteci ancak sorgularsa mesleğini icra edebilir. Bununla birlikte "aktif muhabirlik" in kalmaması habere konu eylemin anlaşılmasının önündeki esas engeldir. Zira gazetecinin eylemi anlamaya yönelik çabası temelde izleyicinin anlama çabasıdır.

Sorgulayacaksınız. Hâkim, savcı değilsiniz ama siz de topluma karşı olayı sorgulayacaksınız. Yani toplum bu haberleri okurken hangi soruyu sorar da cevap arar, onu da kendi kendinize soracaksınız (K8: 637).

Diğer taraftan haberin taraflarını anlamak için uğraştığını ifade eden K6'nın çoğu zaman en temel gazetecilik pratiği olan soru sorma faaliyetini yürütmeden haberi anlamaya çalıştığını ifade etmesi dikkat çekicidir. Ona göre haberin faillerinin genellikle muhabirlerin sorularını cevapsız bırakması ve cevap verse-ler dahi olayın etkisini azaltacak biçimde haberde yer almaları "haberin değerini düşürmekte"dir.

Biriyle ilgili bir iddiayı yazarken her haberi düşünüyorum. Acaba karşıdakinin amacı

ne? Ne amaçla bunu yaptı? ...aradığımız zamanlarda kurumlardan muhatap bulamıyoruz, çoğunlukla cevap verilmiyor. Bu tür şeylerde karşı tarafın verdiği cevabın da haberin değerini düşürme ihtimali var. ...Mesela yalan söylüyorlar diyebilir (K6: 579, 587, 589).

Haberi anlamaya çalıştığını belirten diğer katılımcılar yalnızca eyleme maruz kalan mağduru anlamaya çalıştıklarını vurgulamıştır. Onlara göre esas olan eylemin sonucundan mağdur olan kişiyi anlamaktır. Zira gazetecinin mağdur ile empati kurmaya veya onu "öne çıkarmaya" haberci pratikleri (haber değerleri) sebebiyle eğilimi vardır (K1: 262, 258; K2: 183-185; K3: 237; K9: 512-514). Habercilikteki hız unsuru, eylemin anlaşılması için gerekli zamanı muhabire bırakmamakta, muhabiri mutlak meslekî uygulamalarla hareket etmeye zorlamaktadır (K4: 612-619). Muhabirin işi "hızlı düşünüp, hızlı karar vermektir" (K2: 207, K6: 627; K9, 592). Oysa anlamak için zamana ihtiyaç duyulmaktadır.

Haberi anlamaya çalışmam

Haberi anlamaya çalışmadığını belirten katılımcılar gazetecinin esas görevinin olayı anlamak değil, olanı olduğu gibi aktarmak olduğunu düşünmektedir. Öyle ki her meslekte olduğu gibi gazetecilikte de izlenmesi gereken bazı prosedürler vardır, olmalıdır (K4: 612-643; K5: 332-335).

Aslında suç ortadaysa niçin yaptığı önemli değildir. ...Ortada bir suç var değil mi? Bunun sebebini soruşturmak bana kalmış bir şey değil. O suçu ortaya koymak bana kaldı. ...(Gazeteci olayı anlamakla mükellef değil mi?) aynen ...bu yaptığı şeyin nedeninden ziyade yaptığı şeyi ortaya koymak zorundayız (K7: 473, 475, 478-479).

Hız unsurunun haberin anlaşılmasındaki negatif tesiri, anlamadan ziyade olayın aktarılmasını muhabir için daha kolay bir habercilik biçimine dönüştürmektedir. Temel gazetecilik kurallarından olan 5N1K sorularından "Neden?" genellikle ya hiç sorulmamakta ya da sonraya bırakılmaktadır (K9: 525-528, K10: 194). Muhabirler, neden sorusunun gazetecinin değil yargının sorması gereken bir soru olduğunu düşünmektedir (K4: 667; K7: 501, 503).

Biz sonuca bakıyoruz. O yargının işidir, ben şu an gördüğümü söylerim. Bunu doğru kaynaklardan teyit ettiğimiz takdirde onu o şekil yazarım. Sonrası yargının işidir. Yargı açıklarsa onu olduğu gibi yayınlamak da benim takdirimdir. Yayınlarım. Ama o sorgulama işi benim değil emniyet ve yargının işidir. Oraya karışmam (K9: 598).

Gazetecinin baskı unsurlarına karşı koyamaması ve habere konu olayın anlaşılması için çaba harcamaması gibi sebepler birtakım etik ikilemlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Etik ikilemler

Gazeteci kendi dışında vuku bulan eylemleri değerlendirmekte, değerlendirme ise karar vermeyi gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla gazetecinin etik ikilemlerle karşı karşıya kalma olasılığı her zaman vardır. Araştırmamız katılımcıların

etik ikilemlerle sık sık karşılaştığını ortaya koymuştur. “Etik ikilemler” teması gazetecilerin yukarıda değinilen birtakım ekonomik, siyasî ve toplumsal baskılara bağlı olarak değer, insanın değeri ve haber değeri ile ilgili düşüncelerini ve bunların birbiriyle çatışmasından doğan etik ikilemlerle nasıl başa çıktıklarını göstermektedir.

İnsanın değeri

Değerli olan, yaşantıyla bağlantılı olan (K1: 200), onu düzenleyen ve denetleyendir (K3: 155). Dolayısıyla değer, insan hayatıyla bağlantılı olmakla birlikte ona tesir de etmektedir. Değerli olan aynı zamanda insan için önemli, faydalı olan şeydir (K2: 103-107; K5: 200). Gazeteci için değerli olan ise insandır, insan kendini ve içinde bulunduğu mevcudiyeti sorgulayabilen bir canlıdır, akıl insanı değerli kılmaktadır (K3: 159). Değer düşüncesinin zemininde insanın insan olması yatmaktadır (K7: 343, 347, 349). Gerçek gazeteci, toplumun sorunlarını önceleyen, onlara tedbir alınmasını sağlayan kişidir. Gazeteci toplumsal sorumluluk hissiyle dolan ve o yönde hareket eden kişi olmalıdır. Öyle ki bir yere, topluma ait olmayan kişinin gazetecilik yapması da zordur (K8: 246-268). Gazeteci, insana değer verdiği için kendisini hem maddî hem de manevî yönden riske atan kişi demektir (K6: 227).

İnsana değer verdiğiniz için risk alıyoruz. Yani ben mesela, hiç elimi taşın altına sokmam, rahat bir habercilik de yapabilirim. ...yapabilirim. Yani insana değer vermezsem derim ki, bana ne. Güzel haberler yaparım. Geliyor da yaparız. Çok temiz, hiç ona buna değmeden, iletişimi bazı kişilerle artırarak, ekonomik refahı artırarak bazı şeyler yaparım ama bir yerde bir rahatsızlık varsa, bir yerde bir sorun varsa, insan akli bilmeli çünkü insan bunu hak ediyor. Topluma baktığımız zaman insanlar gerçekten daha iyi yaşamı, daha iyi şeyleri hak ediyor. Birilerinin kötü yaptığı bir şeyi, bu insanlara göstermek lazım (K1: 206-208).

İnsana insan olduğu için değer vermeyen kişi insanın yaratımı olan nesnelere değer verecektir (K2: 117). Bu zeminde gazetecinin değere ve insanın değerine olan bakışı etik ikilemlerle olan ilişkisini de belirlemektedir. Nihayetinde haber toplarken, yazarken ve yayınlarken gazetecinin gösterdiği tutum ve davranışlar, gazetecinin etik ikilemlerle olan ilişkisini belirleyen üç ana yolu ortaya çıkarmaktadır.

Etik olanı yaparım

Bunlardan ilki gazetecinin kendi aleyhine de olsa etik olarak doğru gördüğü biçimde hareket etmesidir. Zira söz konusu olan toplumun faydasıdır. Bu durumda gazetecinin kendi kaygılarıyla hareket etmemesi gerekir (K10: 54).

Toplum için önemli, dikkatini çeken bir haberi girerim, hiç ikilem umurumda olmaz. Yani umursamam da açık söyleyeyim. Ben şunu söylüyorum: En yakınımdayım bana yolsuzluk haberini getirin imzasını ben atar yayınlarım, diyebilecek kadar da cesaretim var. Yapmayacaksın. Benim dostum o hırsızlığı yapmayacak. Ya da ben

selam veriyorsam yapmayacak abi (K8: 498).

Baskı unsurlarına karşı hareket etmek zorunda kalan gazetecinin risk alması kolay değildir. Zira hem işi hem de saygınlığı söz konusu olabilmektedir.

O da dedi benim bilgim olmadan, olmuyormuş gibi davran ver gitsin dedi. O zaman yazı işleri de zaten bendeydi. Verdim, haber çıktı. Tehdit ettiler. Sen o haberi niye girdin? Seni işten çıkaracağız. Patronlar 4 ortak ya 4'ünü de aramışlar (K4: 547).

Etik olanı yapmakta ısrar eden gazeteciler bu tavrı bir “duruş” veya “tepki” olarak tanımlamaktadır (K6: 506). Bahsi geçen “duruş”u veya “tepki”yi alenen gösteremeyenler ise farklı yöntemler kullanmaktadır. Farklı internet haber sitelerinden haberin isimsiz olarak yayınlanması bu yöntemlerin en sık kullanılanıdır. İnternet, gazeteci için bir kaçış noktası olmakta, kendini özgür hissedebileceği bir mecra sunmaktadır (K4: 230, 256; K7: 187-199, 469; K9: 186; K10: 252; K4: 236- 238, 246). Bu durum haberi anonimleşmesine ve güvenilirliğinin azalmasına yol açmaktadır.

Etik olmayanı yapmak zorunda kaldım

Gazetecilerin ve gazetelerin içinde bulundukları ve yukarıda ayrıntılarıyla açıklanan ekonomik, siyasî, toplumsal baskılar muhabirlerin etik veya daha özelde ahlâkî kural ve prensiplere göre hareket etmesini engelleyebilmektedir (K1: 286-287; K4: 679; K6 : 486-487, 521-527). Böyle durumlarda gazeteci istemeyerek de olsa ahlâken yanlış gördüğü şekilde davranabilmektedir. Bu gibi durumlar muhabirlerin etik ikilemlere düşmesine sebep olmaktadır. Araştırmamıza göre muhabirleri etik ikileme düşüren en önemli baskı unsuru ekonomik koşullardır. Ekonomik şartların zorlaması kurumsal baskı tarafından tahkim edilmektedir. Muhabirin haberin failine karşı ideolojik ve duygusal yakınlık hissetmesi ise bir başka baskı unsuru olarak ortaya çıkmaktadır.

Vallahi sonuçta biz kurumlarda çalışan birer insanız, patronaj kısmı yapacaksınız derse zaten muhabir, yazı işleri müdürü, genel yayın yönetmeni de yapmak zorunda. Tabii ki doğru değil ama gazetelerin, televizyonların, radyoların da geçim kaynakları belirli. Yani sonuçta bir reklam kaybetmek demek belki o işçilere biraz daha az maaş vermek anlamında... (K2: 235).

Seçim dönemlerinde muhabiri etik ikilemlere düşüren haberler yoğunlaşmaktadır. Zira yerel medyada bu dönemlerde siyasîlerle yapılan birtakım anlaşmalar sıradanlaşmış bir olgu olarak kabul edilmektedir. Gazeteler bu tip anlaşmaları birer ekonomik fırsat olarak görmektedir (K4: 519-527; K2: 232; K6: 487).

Seçim zamanları biz anlaşma yaparız, seçim zamanları anlaşmamız şudur, partiler bize haber gönderir ya da adaylar. Biz bunun haberlerini yaparız. ...ticari anlaşma. Bunu herkes yapıyor. Bunu gazeteler yapar (K1: 275-277).

Bahsi geçen ekonomik fırsatlar etik ikilemlere sebep olabilmektedir ancak gazeteler nihayetinde topluma hizmet eden ekonomik işletmelerdir.

... bazı şeyleri istediğin gibi yazamıyorsun. ...Çok düşünüyorsun çok, ben kendimi de örnek verdim, ben habere gittiğim zaman yani kafamda spotu işte başlığı çıkarmış oluyorum. Ama geldiğimde yani tekrar düşünüyorum. ...buranın devamlılığı için, biz sadece bir günlük değiliz. ...Bir sonraki adımımız da var. Sonuçta biz bu şehre bu insanlara hizmet ediyoruz. Yani ben kendimi gerçekten kendi açımdan hizmet ettiğimi düşünüyorum (K6: 487, 493).

Etik ikileme sebep olan bir diğer husus ise haberin failinin şahsına veya ideolojik duruşuna karşı duyulan yakınlıktır. Öyle ki söz konusu yakınlık hissi kimi zaman gazeteciyi ideolojik olarak bağlı hissettiği tarafa veya sevdiği kişiye uygun şekilde haber yazmaya yönlendirebilmektedir (K6: 705).

Övgü anlamında haber yaptım. Haberi şişirme dediğimiz bir haber. Zarar boyutu yok burada. Biraz daha böyle toplum nezdinde şeye çıkarmak hani... ...pohpohlamak, övmek. Bir tane bir haber yaptım öyle, gerçek söylüyorum. ...çok sevdiğim biriydi. ...Biz bunu, daha çok siyasî boyuttayken yapıyoruz. Öyle güzelleme dediğimiz bir girişle yapıyoruz (K6: 705-713).

Mesleğini icra etmek isteyen gazeteci, etik ikilemlere sebep olan durumlarla başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Etik ikilemlerle başa çıkma yolları ise çeşitlilik göstermektedir.

Etik ikilemlerle başa çıkma yolları

Katılımcılar için etik ikilemler 'haberden' ve 'haber dışı unsurlar' olmak üzere iki farklı kaynaktan neşet etmektedir. Gazetecilerin genel olarak bahsi geçen etik ikilemleri kanıksadıkları da görülmüştür. Kimi katılımcılar ise etik ikilemlerin psikolojik baskısını hafifletmeye çalışmaktadır.

Haberden kaynaklı etik ikilemlerin çözümü görece basittir. Haber yazımıyla ilgili yerleşik pratikler ve genel kabul görmüş etik kodlar bu tür etik ikilemlere gazetecinin düşmesini engelleyebilmektedir. Örneğin K1, izinsiz kullanılan bir fotoğrafla ilgili şikâyet sonrası derhal habere müdahale edilebildiğini veya mağdurların isimlerinin haberde verilmeyerek korunduğunu ifade etmiştir (K1: 240; K3: 228-231). Gazetecilik etik kodlarına uyulduğu müddetçe haberden kaynaklı etik ikilemlere düşmek pek mümkün değildir (K3: 173, K4: 340).

Gazetecileri etik açıdan zorlayan durumlar da vardır. Bunlar dış baskı unsurlarından kaynaklanır görünmektedir. Gazetecinin mevcut durumu kanıksamasında da dış baskı unsurları tesiri olmaktadır. İikilemle karşılaşan gazeteci, genellikle ikileme sebep olan durumu görmezden gelmektedir. K2, "çok sevdiği" için bir siyasetçinin olumsuz haberini görmezden gelebileceğini, K5 ise böyle bir duruma sebep olanın sevgi veya ideolojik yakınlık değil, "haber kaynağını kaybetme korkusu" olduğunu belirtmiştir (K2: 241; K5: 259). K6 ise esas sebebin ekonomik olduğunu vurgulamıştır.

...ekonomik sebeplerden. Ben özgür olsaydım o haberi o gün kesin yapardım. Ya da benim kendi yerim olsaydı ben kesinlikle yapardım o haberi. Ama bana söylendiğinde kurumumun bilgisi yoktu, ben bunu yapamayacağımı söyledim. Yani eğer bir

gram yapabileceğimi düşünseydim o gün kesin o haberi yapardım (K6: 801).

Ekonomik kaygılar, siyasî baskılar gazeteciyi “susmak zorunda” bırakmakta (K7: 531-533; K6: 853); bu durum gazetecinin “kirlenmiş” hissetmesine (K7: 531-533, 711, 355), utanmasına, vicdan azabı çekmesine (K9: 160, 162) sebep olmaktadır. Gazeteci kendisini toplumun değil, geriye kalanların çıkarını kollayan bir noktada bulmaktadır. Söz konusu hisler her ne kadar ilk seferde çok kuvvetliyse de geçicidir; gazeteci var olmak için çalışmaya devam etmek zorundadır (K7: 729).

İlk zamanlar çok kötü oluyorsunuz. Sonra biraz daha kötü oluyorsunuz sonra da belki onu düşünmemeye çalışıyorsunuz. ...Eğer bu sektörde var olmak istiyorsam, bu sektörde çalışmak istiyorsam, bu sektörde ilerlemek istiyorsam yapacağım bu (K9: 366, 494).

Bu noktada gazeteci ya “işini bırakacak, ya da yanlış olanı görmezden gelecek”, “yutkunacak”tır (K10: 242, 244). Devam etmesinin tek yolu da budur. Devam etmek ikilemi sıradanlaştırmaktadır (K4: 683, 687). Örneğin K5 bu durumu gerçekliğin “arsızlık”a dönüşmüş bir parçası olarak görmektedir (K5: 454-457). Gazete mekânsal olarak gazetecinin kendisini var ettiği ortamdır, gazetenin hareketli ortamında kişi kendini tamamıyla işine vermekte ve aktüalite kişinin etik ikilemlere takılıp kalmasını engellemektedir (K5: 536).

Olağan bu. Olağanüstü hiçbir şey yok çünkü mesela ben A çizgisindeyim, karşı taraf Z çizgisinde ama bir seçim dönemi, para kazanmamız lazım. Çok hararetli dönemler, insanların daha çok kızışması lazım, rekabetin daha çok artması lazım. Eee cimbızlama yöntemi dediğim yani dediğimiz o cimbızlama yöntemi, başlıkları öne çıkartırım işte. Birbirlerine iyice düşürürüm. Hem daha çok kazanırım anlayışı hem rekabet daha çok artar hem okunma artar. Artık maalesef tıklanma, okunma olduğu için bu var yani. Bu yapıdır ki yaptım yani. Yapmadım desem yalan olur (K5: 451).

Etik ikilemler gazetecinin diline de yansımaktadır. Hatta gazetecinin dili etik ikilemlerle başa çıkmanın bir yöntemine de dönüşebilmektedir. Zira haber dili haberin içeriğini dengeleyebilen bir unsurdur. Gazeteci inanmadığı veya yanlış bulduğu bir olayı istemediği halde haberleştirirken diline müdahale edebilmekte, bu yolla haberin içeriğini daha yumuşak hâle getirebilmektedir.

Etik görmediğim haberler girmişimdir ama şöyle kendilerinin attıkları başlıkları yumuşatarak girmişimdir. Yani o söylediği lafını bir şeyini, kırpamam. İzin vermezler zaten bu anlaşmalar gereği. Başlığı kendi istediğim başlık şeklinde değiştiririm çünkü başlık haberin %50’sidir. O okutur, yumuşatarak girmişimdir. ...şöyle, halk kandırılıyorsa kandıran bir laf var. Ben bunu biliyorum mesela ya da herkes biliyor. ...Bunu değiştirerek, mesela bilmem kimden bilmem kime ziyaret, o kandırılan söz değil de ziyaret şeklinde yumuşatarak (K1: 277, 279, 281).

Bir diğer yol ise haberin “iddia” şeklinde verilmesidir. Gazeteci yapmak zorunda kaldığı ve yanlış bulduğu haberi haberin öznesinin ağzından “tırnak içinde” veya “iddia etti”, “öne sürdü”, “ileri sürdü” haber fiillerini kullanarak vermekte bu şekilde etik sorumluluğu üzerinden attığını düşünmektedir (K6: 511; K2: 173-175; K5: 315). Bununla birlikte gazetecinin toplumsal fayda yara-

tan ve birtakım aksaklıkların düzeltilmesine vesile olan haberler yapması, yaşamak zorunda kaldığı etik ikilemleri daha kolay kabullenmesini de sağlayabilmektedir. Farklı bir deyişle gazetecinin kendisini toplum için faydalı görmesi, utanmasına veya vicdan azabı çekmesine sebep olan haberlerden kaynaklanan olumsuzluğu azaltmakta bir nevi “panzehir”e dönüşmekte, kısmen de olsa rahatlamasını sağlamaktadır (K6: 519).

Ahlâkî boyut olarak, vicdan azabı çekiyor muyum? Tabii ki çekiyorum ama bilmiyorum herhalde yaptığınız haber siz de bu duyguları azaltıyor (K2: 73).

Bunun rahatlığı içerisindeyim gerçekten. Hani ben değiştirdim diyebiliyoruz. ... (Olumsuz duygularımızı) örtüyoruz. ...Galiba panzehir diyebiliriz (K5: 580, 582, 590).

Etik ikilemlere başa çıkmanın bir diğer yolu ise gazetecinin etik ikilem oluşturabilecek haberlerden uzak durmasıdır. Örneğin K4, sırf etik ikilemlerle karşılaşmamak, kendini “korumak” veya baskı unsurlarının tesiri altında kalmamak için asayiş haberlerinde uzmanlaştığını ifade etmiştir (K8: 196, 729). Diğer taraftan etik ikileme sebep olabilecek haber kaynaklarıyla veya gazeteciliği çıkarları için kullananlar gazetecilerle irtibat kurmaktan uzak durmak da bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır (K5: 283, 287). Tüm bunlar bir nevi “oto sansür”ün gelişmesine sebep olabilmektedir. Zira gazeteci daha en baştan neyi yazıp, neyi yazamayacağını kendi kendine tespit etmektedir (K9: 166).

Tartışma

Katılımcılar için değerli olan “insan” ve “insanla ilgili olan”dır. Farklı bir deyişle insan, katılımcılar için aslî bir değere sahip veya bizzat “kendinde değeri olan” (Frankena, 1973, s. 82) bir varlık olarak görülmektedir. Bununla birlikte gazetecilik mesleği icra edilirken karşılaşılan zorluklar zaman zaman katılımcıları insanın değerine aykırı şekilde hareket etmeye zorlamaktadır. Öyle ki haberin seçiminden itibaren ekonomik ve siyasî baskıların altında hareket etmek mecburiyetinde kalan katılımcılar, sadece dış baskı unsurlarının değil aynı zamanda şahsî çıkarlarıyla da mücadele vermek zorunda kalmaktadır. Bu durum gazetecinin ideal olanı benimseyen karakterinde tahribata sebep olmakta ve gazeteciyi çoğu zaman ahlâkî olan ile toplumun faydasına olan arasında bir seçim yapmaya zorlamaktadır. Etik ikilemler böylesi zor seçimlerin yapıldığı süreçlerdir (Figar ve Đorđević, ss. 346-348). Gazetecilik etik kodları ise söz konusu tahribatı önlemeyi ve toplumsal faydayı her durumda gazetecinin öncelemesini garanti altına alabilmek için ortaya konmuştur (İrvan, 2005). Dolayısıyla gazetecilik etik kodlarının düzenleyici tesiri altında çalışmak gazetecinin etik ikilemlerden kaçınmasını sağlayacaktır fakat araştırmanın bulgularına göre etik kodlara uymak yalnızca haber yazımından kaynaklanan problemlere çözüm üretmektedir. Haber dışı baskı unsurlarından kaynaklanan etik problemlerin çözümünde gazetecilik etik kodlarının, bu tür etik problemleri çözmede her zaman etkili olduğunu söylemek ise mümkün değildir, zira gazeteci aynı zamanda geçinmek, hayatını idame ettirmek zorunda olan bir fikir işçisidir.

Araştırmanın bulguları Yılmaz'ın (2009) yerel medyada karşılaşılan etik problemleri ele aldığı çalışmadaki, Arslan ve Arslan'ın (2016) yerel gazete yöneticilerinin etik algısını sorguladıkları araştırmadaki ve Çavuş'un (2017) Ak-saray yerel basını üzerine yürüttüğü nitel araştırmadaki bulgulara benzerdir. Yılmaz'ın da ifade ettiği gibi yerel basında haberler tehdit ve şantaj unsuru olarak, siyasî saiklerle ve propaganda veya reklam amacıyla kullanılabilir. Arslan ve Arslan'ın çalışmasında olduğu gibi patronaj baskısı, haber kaynağını kaybetme korkusu gazetecinin etik ihlalde bulunmasına sebep olabilmektedir. Çavuş'un bulgularındakine benzer biçimde yerel basın mensupları ahlâkî olarak kötü durumda olduklarını düşünmektedir. Ancak gazetecilerin söz konusu problemlere karşı tavrı ve tutumunun ne olduğu muallaktır. Araştırma, hem bu yönüyle hem de haber değerlerini etik ikilemlerin bir sebebi olarak ele almasıyla farklılaşmaktadır. Benzer biçimde Çelikbaş ve Özsoy'un (2022) çalışmasından farklı olarak çalışmada dijital gazeteciliğin etik problemlerin çözümünde bir araç olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Zira dijitalleşmenin anonimleştirici etkisi, yerel basında çalışan gazetecinin yukarıda değinilen baskı unsurlarına karşı interneti kendisine alan açtığı, ilgili haberi yayınlarak vicdanını rahatlattığı bir sahaya dönüştürmektedir.

Gazetecilerin çalıştıkları kurumun çıkarları ile kendi çıkarlarını özdeşleştirmeleri ve haber değerlerini manipüle ederek bunları kendi kişisel amaçları için kullanmaları karşılaştıkları etik problemlerin esası iken (Kuçuradi, 1999, ss. 12-13) onları teleolojik etiğe; etik ikilemlerdeki yol göstericiler olarak meslek etiğine olan bağlılıkları (Evers, 2010, ss. 52-53) ve vicdanî sorumlulukları ise deontolojik etiğe yaklaştırmaktadır. Dolayısıyla gazeteciliğin yapısı itibarıyla teleolojik ve deontolojik etik kavrayışlarının kesişme noktasında bulunduğunu söylemek mümkündür. Zira kamusal faydayı isteyen, toplumun geneliyle uyumlu kişisel faydayı arzulayan tarafı artık müstakil bir ödeve dönüşmüş, gazeteci söz konusu müstakil ödeve uygun niyet ve eylemleri ile teleolojik bir hedefi deontolojik bir noktaya taşımıştır. Bu noktada ahlâkî çatışmaların yaşanması kaçınılmazdır. Gazeteci eylemin doğruluğuna odaklanmakta, doğru eylemin topluma mutlak fayda sağlayacağını düşünmektedir. Oysa doğruyu belirleyen gazetecinin salt iyiyi istemesi veya toplumsal açıdan faydalı olanı arzulanması değil gazetecinin çalışmasına tesir eden karmaşık baskı unsurlarıyla girdiği mücadeledir.

Araştırma, Abubakar'ın (2020) terör haberlerini yazarken gazetecilerin karşılaştığı etik ikilemlerin altında yatan esas sebeplerden birini haber değerleri olarak görmesinde olduğuna benzer bir sonuç vermiştir. Gazetecilik etiği bahsedilen etik kavrayışların çatışmasının bir neticesidir. Gazeteler, kamu adına kamu için hareket ettiklerini ileri sürmektedir ancak gazeteciliğin icrası sırasında doğru ve yanlışın ayrılamadığı birçok müstakil durum ortaya çıkmaktadır. Zira gazetecilik olanı olduğu gibi aktarmayı hedeflerken doğrudan sapmamayı hedeflemekte ve aynı zamanda ilginçlik, beklenmediklik, açıklık, olumsuzluk gibi haberin daha fazla okunabilir olması için birtakım "değer"leri de göz önün-

de bulundurmaktadır. Ancak bu çalışmanın araştırma sorularında ifade edildiği biçimiyle haber değerlerinin doğrudan etik ikilemlere sebep olduğuna yönelik bir bulguya rastlanmamıştır. Haber değerleri, yukarıda anılan araştırmalarda ve bu araştırmada değinilen gazetecinin kendinden kaynaklanmayan dış baskı unsurlarının neticesinde birer etik probleme dönüşmektedir.

Araştırma, gazeteciye haber yoluyla insanın değerini bizzat değerlendiren bir özne olarak ele almasıyla literatürdeki benzerlerinden farklılaşmaktadır. Bununla birlikte araştırmanın haberin anlaşılmasıyla ilgili bulguları gazetecilerin bir özne olarak haberi yazarken aynı zamanda etik bir değerlendirici olduklarının pek de farkında olmadıklarını ortaya koymuştur. Gazeteciler haberi anlamaktan ve haberin konusu olayı doğru değerlendirmekten çok haberi habercilik pratiklerine uygun biçimde ezbere değerlendirmekle ve biran evvel yayınlamakla ilgilenmektedir.

Sonuç

İnsan mütemadiyen yaşananları ve yaşantısını değerlendiren bir varlıktır. Haberin nesnesi olaylar olduğu kadar insandır. İnsan için üretilip yine insana sunulmakta, aktarılmaktadır, satılmaktadır. Bu bağlamda haberin “değiş-tokuş değeri”ni yadsımak mümkün değildir (İrvan, 2005, s. 88) fakat haberin insana ait bir fenomen oluşunu ancak insanla bir anlam ifade edeceğini de gözden çıkarmamak, değerle ilgili relatif yaklaşımların¹ “haber değeri” adı altında haber üretim süreçlerine hâkim olmasını engellemek veya “haber değerler”inin bir “değer” olmadığını kavramak, değerle ilgili problemlere ontolojik–antropolojik açıdan bakmanın bu problemlerin araştırılmasına daha elverişli olduğunu görmek gerekir.

Örneğin, şiddet içeriği yüksek, sonuçları kötü olan olayların, çeşitli duyguların ve inançların bir olay ve kişi üzerinden ferdileştirilmesinin; şöhret sahibi kişilerin ve güçlü devletlerin yapıp ettiklerinin, farklı bir ifadeyle insanların ilgisini çeken şeylerin “haber değeri”ne sahip olduğunun düşünülmesi, bir süre sonra “haber değeri”ne sahip olduğuna inanılan birçok olayın “insanın değeri”ne uygun bir “değerlendirme sürecine” tâbî tutulmadan haberleştirilmesine, “haber değerlerinin” adeta birer “aksiyom” olarak kabul edilmesine sebep olmaktadır. Tüm bunlar, şiddeti veya kötü olayı uygulayan, şiddete veya kötü olaya maruz kalan kişilerin isim, adres ve özel görüntü gibi mahrem bilgilerinin haberin “değiş-tokuş değeri”nin bir parçası olduğu yanılgısını doğurmakta, beslemekte, yaymakta ve “insanın değerini” metalaştırarak, ticarî bir kazanç kapısı hâline getirmektedir.

¹ Realitede bir olgu olarak olup biten, toplum ahlâklarının yani toplu değer yargılarının değişmesi, bir şeyin değeri ile ilgili yargının zaman ve mekân olarak farklılık göstermesi genel değer yargıları ile özel değer yargılarının devinim içerisinde bulunmasıdır (Kuçuradi, 2016, s. 9).

Değerlendirme faaliyeti bir bilgi sorunu olarak ele alındığında, her ne kadar istisnâ de olsa, doğru değerlendirmenin mümkün olduğu da görülmektedir. Bunun için öncelikle eylemin anlaşılması, eylemin yapıldığı şartlarda başka eylem olanaklarının olup olmadığının belirlenmesi ve en nihayetinde eylemin insanın değerine uygunluğunun bilişsel bir süreçte tespit edilmesi gerekmektedir (Kuçuradi, 2016, ss. 62-67). Böyle bir bilişsel sürecin dışında kalan değerlendirmeler eyleme ya değer atfeden ya da değer biçen ezbere değerlendirmelerden başka bir şey değildir.

Araştırmamızın katılımcıları bilişsel değerlendirme potansiyeline sahip olabilecek kişilerden, tecrübeli gazetecilerden seçilmiştir. Bu bağlamda katılımcılar için haberin gazetecilik pratiklerinin çerçevesinde tecrübeyle tespit edilebilen bir mahiyete olduğu görülmüştür. Öyle ki gazetecinin “haber” olarak isimlendirdiği olay veya olgu haber olmaktadır. Söz konusu nominalist yaklaşımı ortaya çıkaran gazetecinin tecrübesi gibi görünse de esasında çalıştığı kurumun patronaj sisteminin tesiridir. Haber, gazeteciye çizilen iktisadî, siyasî, ideolojik çerçevenin içinde gazetecinin haber olarak isimlendirdiği olgu ve olaylardır.

Haberin doğruluğu da bu zeminde kendiliğinden ortaya çıkan bir durumdur. Zira yukarıda ifade edilen baskı unsurlarına aykırı bir şeyin haber olabilmesi çok zordur. Gazeteci, ahlâkî olarak rahatsız olsa da en nihayetinde çerçeveye uymak zorunda kalmaktadır. Böyle bir durumda gazetecilik ahlâkından veya meslek etik ilkelerinin düzgün bir şekilde uygulanmasından söz etmek mümkün değildir. Gazeteci için değerli olan, bir bilgi meselesinin konusu değildir. Aksine bir takım öğrenilmiş değer yargılarına uygunluktan veya uygun-suzluktan kaynaklanan ezbere süreçlerin neticesidir. Bu bağlamda gazetecilik için etik ikilemler değer atfetmeler ile değer biçmeler arasında yaşanan çatışmadan kaynaklanmaktadır. Zira gazetecinin hem insan olarak hem de gazeteci olarak benimsediği birtakım değerler zaten mevcuttur ancak gazetecilik mesleğini baskı altında tutan çıkar gruplarının belirlediği rastlantısal değer yapısı ile gazetecinin benimsediği değerler uyuşmamaktadır. Farklı bir ifadeyle gazeteci mesleğini değer biçmeler üzerinden sürdürmeyi istemekteyken, ekonomik kaygılar dolayısıyla değer atfetmelerin hâkim olduğu bir ortamda çalışmak zorunda kalmaktadır. Bu durum kimi zaman habere konu edilen olayın daha fazla okunmasını sağlamak adına değiştirilmesinde kimi zaman ise kişisel çıkarlara uygun haber yazımında, hediye almada veya haber kaynaklarıyla şahsi çıkarlar için samimi ilişkiler kurmada kendini göstermektedir. Vahim olan gazetecinin değer atfettiği hususların doğrudan toplumun huzuru veya başkalarının hayatıyla ilgili olmasıdır. Gazeteci kendi kişisel çıkarına uygun olanı toplumun çıkarına veya faydasına uygun olandan daha üstün tutmakta ve bunu sıradanlaştırmaktadır.

Kaynakça

- Abubakar, A. T. (2020). News values and the ethical dilemmas of covering violent extremism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 278-298.
- Anney, V. N. (2014). Ensuring the quality of the findings of qualitative research: Looking at trustworthiness criteria. *Journal of emerging trends in educational research and policy studies*, 5(2), 272-281.
- Arslan, E., & Arslan, B. (2016). Türkiye’de yerel gazete yöneticilerinin meslek etiği algısı. *Selçuk İletişim*, 9(2), 174-204.
- Bell, A. (1996). *The language of news media*. Blackwell.
- Belsey, A., & Chadwick, R. (2006). Ethics and politics of the media: The quest for quality. A. Belsey, & R. Chadwick (Ed.), *Ethical issues in journalism and the media* içinde (ss. 1-11). Routledge.
- Bentham, J. (2000). *An introduction to the principles of morals and legislation*. Battoche Books.
- Berg, B. L. (1989). *Qualitative research methods for the social sciences*. Allyn and Bocon.
- Berry, D. (2008). *Journalism, ethics and society*. Ashgate Publishing.
- Birgit, R. (2005). Kant ve aydınlanma. E. E. Çakmak (Ed.), *Sonuzluğun sınırında: Immanuel Kant* içinde (ss. 192-213). Yapı Kredi Yayınları.
- Borden, S. L. (2007). *Journalism as practice*. Ashgate Publishing.
- Brighton, P., & Foy, D. (2007). *News values*. Sage.
- Cevizci, A. (1999). *Paradigma felsefe sözlüğü*. Paradigma Yayınları.
- (2002). *Etiğe giriş*. Paradigma Yayınları.
- Chari, T. (2013). New communication technologies and journalism ethics in Zimbabwe: Practices and malpractices. *Online journal of communication and media technologies*, 3(2), 112-136.
- Clark, R. P. (2012, 2 Ağustos). *How to protect against journalism malpractice*. 10 Eylül 2022 tarihinde <https://www.poynter.org/reporting-editing/2012/how-to-protect-against-journalism-malpractice/> adresinden erişilmiştir.
- Cohen, E. (1992). What makes a story newsworthy? E. D. Cohen (Ed.), *Philosophical issues in journalism* içinde (ss. 8-10). Oxford University Press.
- Cohen, M. Z., & Omery, A. (1994). Schools of phenomenology: Implications for research. J. M. Morse (Ed.), *Critical issues in qualitative research* içinde (ss. 136-159). Sage.
- Connelly, L. M. (2016). Trustworthiness in qualitative research. *Medsurg Nursing*, 25(6), 435-436.
- Cope, D. G. (2014). Methods and meanings: credibility and trustworthiness of qua-

- litative research. *In Oncology nursing forum*, 41(1), 89-91.
- Creswell, J. W. (2020). *Nitel araştırma yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Siyasal Kitabevi.
- Çelikbaş, S., & Özsoy, S. (2022). Dijitalleşme sürecinde yerel medyanın sorunları: Bolu örneği. *SDÜ İfade*, 4(1), 1-33.
- Çavuş, S. (2017). Yerel basının sorunları üzerine tespitler: Aksaray örneğinde nitel bir araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(4), 19-32.
- Dent, N. (1995). Value. T. Honderich (Ed.), *The Oxford companion to philosophy* içinde (ss. 895). Oxford University Press.
- Donsbach, W. (2010). Journalists and their professional identities. S. Allan (Ed.), *The routledge companion to news and journalism* içinde (ss. 38-48). Routledge.
- Dreschel, R. E. (1989). Media malpractice: The legal risks of voluntary social responsibility in mass communication. *Duquesne Law Review*, 27(2), 237-276.
- Ersoy, F. (2019). Fenomenoloji. A. S. Ersoy (Ed.), *Eğitimde nitel araştırma desenleri* içinde (ss. 84-139). Anı Yayıncılık.
- Evers, H. (2010). Medya etiği. B. Çaplı, & H. Tuncel (Ed.), *Televizyon haberciliğinde etik* içinde (ss. 45-61). Fersa Matbaacılık.
- Frankena, W. K., (1973). *Ethics* (Second Edition). Prentice-Hall.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of peace research*, 2(1), 64-90.
- Güz, N., Yanık, H., & Kocabaş, O. (2015). Gatekeeping and online journalism. H. A. Corina Daba-Buzoianu (Ed.), *Contextual approaches in communication* içinde (ss. 343-353). Peter Lang.
- Halberstam, J. (1992). A prolegomenon for a theory of news. E. D. Cohen (Ed.), *Philosophical issues in journalism* içinde (ss. 11-21). Oxford University Press.
- Hall, S. (2010). The determinations of news photographs. C. Greer (Ed.), *Crime and media: A reader* içinde (ss. 123-134). Routledge.
- Hallett, C. (1995). Understanding the phenomenological approach to research. *Nurse researcher*, 3(2), 55-65.
- Harcup, T., & O'Neil, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism studies*, 2(2), 261-280.
- Hartmann, N. (2002). *Moral values volume II*. Routledge.
- Haug, M. (1980). The sociological approach to self-regulation. R. D. Blair ve S. Rubin (Ed.), *Regulating the professions* içinde (ss. 61-80). Lexington Books.
- Herman, E., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent the political economy of the mass media*. Pantheon Books.

- Hetherington, A. (1985). *News, newspapers and television*. Macmillan.
- İrvan, S. (2005). Medya ve etik. Sevda Alankuş (Ed.), *Medya, etik ve hukuk* içinde (ss. 33-61). IPS İletişim Vakfı Yayınları
- Kant, I. (1995). *Ahlak metafiziğinin temellendirilmesi*. Türkiye Felsefe Kurumu.
- Kocabaş, O. (2021). *Haberde doğruluk ve hakikat: Haber doğruluk hakikat ilişkisinin hermeneutik tezahürleri üzerine bir deneme*. Akademisyen Kitabevi.
- Kuçuradi, I. (1999). Philosophical ethics and professional ethics, introduction ethics of the professions: Medicine. I. Kuçuradi (Ed.), *Business, Media, Law* içinde. Springer.
- (2009). *Uludağ konuşmaları özgürlük ahlâk kültür kavramları*. Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- (2011). *Etik*. Türkiye Felsefe Kurumu.
- (2016). *İnsan ve değerleri*. Türkiye Felsefe Kurumu Yayınları.
- Lemos, N. M. (1999). Value. R. Audi (Ed.), *The Cambridge dictionary of philosophy second edition* içinde (ss. 949). Cambridge University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for program evaluation*, 30, 73-84.
- Morgan, D. L. (2008). Sample size. L. M. Given (Ed.), *The Sage encyclopedia of qualitative research methods volumes 1& 2* içinde (ss. 798). London: Sage.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage.
- Naylor, B. (2001). Reporting violence in the British print media: gendered stories. *Howard journal*, 40(2), 180-194.
- Nisan, F., & Şentürk Kara, E. (2022). Yalan haber ve etik. M. V. İşleyen (Ed.), *Dijital sis yeni medya çağında bilginin ve gerçeğin değişen konumu* içinde (s. 99-134). Çizgi Kitabevi.
- Omery, A. (1983). Phenomenology: A method for nursing research. *Advances in nursing science*, 49-63.
- Özer, Ö. (2010). *Liberal basın*. Literatürk.
- Özlem, D. (2004). *Etik -ahlâk felsefesi-*. İnkılap Kitabevi.
- Postema, G. J. (2006). Bentham's utilitarianism. H. R. West (Ed.), *Mill's utilitarianism* içinde (ss. 26-44). Blackwell Publishing.
- Ragin, C. R. (2012). Charles C. Ragin, University of Arizona. S. E. Edward (Ed.), *How many qualitative interviews is enough? Expert voices and early career reflections on sampling* içinde (ss. 34). NCRM.
- Sanders, K. (2004). *Ethics and journalism*. Sage.

- Sart, G. (2017). Fenomenoloji ve yorumlayıcı fenomenolojik analiz. F. N. Bayyurt (Ed.), *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımlar* içinde (ss. 70-81). Anı Yayıncılık.
- Schneewind, J. B. (2003). *Moral philosophy from Montaigne to Kant*. Cambridge University Press.
- Schroeder, M. (2021). Value theory. E. N. Zalta (Ed.), *The stanford encyclopedia of philosophy* içinde, 19 Ekim 2020 tarihinde <https://plato.stanford.edu/archives/fall2021/entries/value-theory/> adresinden erişilmiştir.
- Selik, M. (1982). *Marksist değer teorisi*. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for information*, 22(2), 63-75.
- Shoemaker, P., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Simon, T. F. (1984). Libel as malpranla: News media ethics and the standard of care. *Fordham Law Review*, 53, 449-490.
- Sinnott-Armstrong, W. (2021). Consequentialism. E. N. Zalta (Ed.), *The stanford encyclopedia of philosophy* içinde 19 Nisan 2022 tarihinde <https://plato.stanford.edu/entries/consequentialism/> adresinden erişilmiştir.
- Smith, J. A. (2011). Evaluating the contribution of interpretative phenomenological analysis. *Health Psychology Review*, 5(1), 9-27.
- Smith, J. A., & Osborn, M. (2003). Interpretative phenomenological analysis. J. A. Smith (Ed.), *Qualitative psychology: A practical guide to research methods* içinde (ss. 51-80). Sage Publications.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis theory, method and research*. Sage.
- Tepe, H. (2000). Çiğnenen onurlar ya da gazetecilikte etik sorunlar. *Kültür ve İletişim*, 3(1), 97-112.
- Vishnevsky, T., & Beanlands, H. (2004). Qualitative research. *Nephrology Nursing Journal*, 31(2), 234-239.
- Yılmaz, N. (2009). Yerel basının etik sorunları. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(36), 131-143.
- Ward, S. J. A. (2009). Journalism ethics. K. W.-J. Hanitzsch (Ed.), *The handbook of journalism studies* içinde (ss. 295-309). Routledge.
- (2008). Global journalism ethics: Widening the conceptual base. *Global Media Journal*, 1, 137-149.

Onam Bilgisi: Katılımcılar işlem öncesinde bilgilendirilmiş, onamları alınmıştır.
Etik Kurul Onayı: T.C. İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Etik Kurulu'nun 20/10/2022 tarih ve 2022/19-8 sayılı etik kurul onayı mevcuttur.
Çıkar çatışması: Çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Finansal destek: Finansal destek bulunmamaktadır.

Participant informed consent: Participants were informed before the data collection and they were asked to sign a form of consent
Ethics committee approval: The ethics committee approval has been obtained from İnönü University Scientific Research and Ethics Committee with report number 2022/19-8 on 20/10/2022.
Conflict of interest: There are no conflicts of interest to declare.
Financial support: No funding was received for this study.