

## TÜRK BASININDA OKUR TEMSİLCİSİ KÖŞELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA\*

Arş. Gör. Hakan AŞKAN\*\*

### Özet

Bir özdenetim mekanizması olan okur temsilciliği uygulaması, dünyada olduğu gibi Türkiye’deki basın kuruluşlarında da giderek yaygınlaşmaktadır. Gazetecilik etik ilke ve kurallarını yükseltmek amacıyla oluşturulan okur temsilciliği, gazete ile okurları arasında bir köprü işlevi görmektedir. Okur temsilcisi, okurların gazete haberlerine yönelik yaptıkları eleştirileri her hafta düzenli olarak yayımlanan okur temsilcisi köşesine taşır ve bu eleştirileri yanıtlamaya çalışır. Gerekli gördüğü durumlarda ise okurlardan gelen eleştirileri gazetenin diğer çalışanlarına bildirir ve onları gazetecilik meslek ilke ve kurallarına uymaları konusunda uyarır.

Bu çalışmada, okur temsilciliği uygulamasının gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesindeki rolünün ne olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu amaçla Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşeleri içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS paket programına aktarılarak çalışmanın amaçları doğrultusunda çözümlenmiştir. Okur temsilciliği uygulamasının yaygınlaştırılmasının teşvik edilmesi gazete haberlerinde etik standartların yükselmesini sağlayacaktır. Okur temsilciliği bir taraftan gazetecilerin ve kurum olarak gazetelerin saygınlığını arttırırken diğer taraftan da okuyucuların ve toplumun gazetelerden beklentilerinin karşılanmasına katkı sağlayacaktır. Bu çalışma, gazetecilik etiği ile ilgili çalışmalara katkı sağlaması bakımından önemlidir.

*Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Gazetecilik Etiği, Okur Temsilciliği, Ombudsman*

## A STUDY ON READERS' REPRESENTATIVE COLUMNS IN TURKISH PRESS

### Abstract

The practice of readers' representation which is an internal control mechanism has become gradually widespread in media establishments of Turkey as well as in the world. The practice of readers' representation aims to develop the principles of journalistic ethics. The representative has a bridging role between the newspaper and the readers. He/she reports the complaints of the readers to the other staff members of the newspaper. When needed, he/she warns them to obey the rules and principles of journalistic ethics. The readers' representative receives complaints from the newspaper's readers, he/she handles the complaints in his/her column which is regularly published in every week and she/he tries to answer the complaints.

This study tries to determine the role of the practice of readers' representation on development of ethical standards in the newspaper. For that purpose, the readers' representative columns of Hürriyet, Milliyet and Sabah Newspapers are analyzed with Content Analysis Technique. The data has been transferred to SPSS program and solved in accordance with this purpose. Encouragement of the generalization of the practice of readers' representation would ensure the rise of ethical standards. It not only increases the respectability of journalists and the newspapers as institutions, but also it would contribute to the expectations of readers and society from newspapers. This study is important as it will contribute to studies on journalistic ethics.

*Keywords: Journalism, Ethic In Journalism, Readers' Repesantative, Ombudsman*

### Giriş

Günümüz modern toplumlarının önde gelen bazı basın kuruluşlarının da bünyesinde bulundurduğu okur temsilciliği, 20. yüzyılın ilk çeyreğinde ortaya çıkmıştır. Okur temsilciliğinin yaygınlaştığı dönem ise basının etik standartlar bakımından yoğun olarak sorgulandığı, basına yönelik toplumsal eleştirinin şiddetlendiği ve basına duyulan güvenin oldukça azaldığı 1950 ve 60'lı yıllardır. Bu yıllarda bir taraftan “basın özgürlüğü”, diğer taraftan “basının denetlenmesinin gerekliliği” konuları, yoğun bir şekilde tartışılmıştır. Basının

\* Bu çalışma Prof. Dr. Nejdet Atabek danışmanlığında yazılmış yüksek lisans tezinden üretilmiştir

\*\* İnönü Üniversitesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, hakan.askan@inonu.edu.tr

özgürlüğü ve denetimi kapsamında ulusal ve uluslararası alanda yapılan tartışmalar ve çalışmalar, farklı düzenlemeler önermiştir. Bunların bir kısmı devlet denetimini ön plana çıkarıp yasal düzenlemelerin gerekliliğine vurgu yaparken, bir kısmı ise basın kuruluşlarının iç denetimine vurgu yapmıştır.

Basının, toplum adına bağımsız bir “dördüncü güç” olma iddiası ile gazetecilik meslek etiği ve ilkelerinin sorgulandığı dönemlerde bir iç denetim mekanizması olarak ortaya çıkarılan okur temsilciliği, basın kuruluşlarının kaybettiği işlev, sorumluluk ve prestij kaybını yeniden kazanma yollarından biridir.

Bu çalışmada, bir iç denetim mekanizması olarak gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesini ve okuyucu ile gazete arasında bir köprü olma işlevini üstlenen okur temsilciliğinin söz konusu işlevini ne ölçüde yerine getirebildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu genel probleme bağlı olarak; okur temsilcilerinin etik standartların yükseltilmesi işlevini yerine getirmeye çalışırken hangi yöntemlere başvurdukları incelenecektir.

### 1. Basında Özdenetim Çalışmaları

Etik değer ve ilkelerin belirlenmesi tek başına gazetecilerin etik davranmasını sağlamaya yetmeyecektir. Uygulanmayan bir etik ilke, ahlaki açıdan ne kadar mükemmel olursa olsun bir yarar sağlamayacaktır. Etik gerekliliklerin kabul ettirilmesi için, bunların uygulanmasını izleyecek uygun bir mekanizmaya gereksinim duyulacaktır. Etik kodların etkili olabilmeleri ve saygınlık kazanabilmeleri için yazılı etik ilkeleri içermeleri, özdenetim mekanizmalarına ya da kendi kendini sınırlamayı sağlayacak bir mekanizmaya sahip olmaları gerekmektedir.

Etikten söz ederken anlaşılması gereken, gazetecinin uymakla yükümlü olduğu bir dizi kurallar değil, gazetecinin gazetecilik mesleğini yaparken takındığı sorumlu tavrı sürdürmesidir. Demokratik rejimlerde devletin yasal yaptırımlarla müdahalesi yerine, basının oto-kontrol mekanizmalarını kullanması, birçok batı ülkesinde tercih edilen bir durum olmaktadır. Alemdar’ın belirttiği üzere (1990: 23-24), özdenetim, “Mesleki saygınlığı sağlamak, doğru, güvenilir haber vermek, yorumları inanılır kılmak, okuyucunun güvenini sürdürmek için yapılması ve yapılmaması gerekenlerin bütünüdür.” Bu tanımlamada göze çarpan en önemli vurgu, mesleğin saygınlığını okur gözünde koruyabilmektir. Meslek saygınlığının korunması ve sürdürülmesi ise, basın çalışanlarının mesleklerinin gereğini yerine getirirken bu ilkelere uyulmalarıyla birlikte, çalışanların bunu bir tavır olarak sürdürmesine bağlı olmaktadır.

Gazetecilikte özdenetim; okurlara sunulan gazete içeriklerinde, gazetecilik meslek ilkelerinin ve etik standartların korunmasını gözetken bir yayın çizgisi izleyebilmek için ulusal ve uluslararası mesleki kuruluşlar tarafından sektördeki gazetelere uymaları için önerilen ya da bir gazete kuruluşunun kendi kendini denetleme doğrultusunda aldığı kararları ve kurduğu mekanizmaları içerir. Basında özdenetim olgusu çok çeşitli etkenlerle ilişkili olduğundan tek bir özdenetim modeli yerine, çok sayıda model geliştirmek gereği ortaya çıkmıştır (Atabek, 2005: 23).

Medya kuruluşları ve gazeteciler, medyanın yasal bir otoritenin müdahalesine gerek kalmadan, meslek kurallarını ve etik ilkelerini belirlemesini ve bunlara uyulmasını sağlamak için çeşitli yöntemler geliştirmişlerdir. Uzun (2007: 43), basın özgürlüğünü korumak ve kamuoyunun güvenilirliğini sarsacak davranışlara engel olmak için geliştirilen ve kendi kendini düzenlemeyi sağlayan yöntemleri genel olarak; etik komiteler, ombudsman, basın konseyi ve

medya gözlemevleri olarak sıralar. Bülbül ise (2001: 109-118) medyada özdenetimi sağlamak için oluşturulan kurumları şu şekilde sıralar: Mesleki örgütlerinin ve yayın organlarının ilke ve kuralları, yasal kuruluşlar, gönüllü ya da ihtiyari kuruluşlar, ombudsmanlık, basın konseyi, Dünya Basın Konseyleri Birliği ve sınır ötesi medya organizasyonları.

Basın alanındaki özdenetim yöntemlerini genel olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

1. Etik komiteleri
2. Gönüllü ya da İsteğe Bağlı Kuruluşlar
3. Medya Gözlemevleri
4. Yasal Kuruluşlar
5. Basın Konseyleri
6. Dünya Basın Konseyleri Birliği
7. Sınır Ötesi Medya Organizasyonları
8. Ombudsman (Okur Temsilcisi)

### **1.1. Ombudsman (Okur Temsilciliği)**

Kelime kökeni açısından ombudsman, İsveç dilinde “aracı” anlamına gelen “ombuds” ve “kişi” anlamındaki “man” kelimelerinden türetilmiştir. İsveç Kralı XII. Karl, 1709’da Ruslar tarafından Poltava savaşında bozguna uğrayınca Osmanlı topraklarına sığınmak durumunda kaldı. Burada, halkın yönetimle olan ilişkilerini düzenleyen Ahilik sistemini yakından inceleyen Kral, bu sistemden etkilenerek, kendisi uzaktayken görevlileri denetleyecek, onun gözü kulağı olacak, doğru bilgi verecek güvenilir bir kişiyi gözlemci olarak atadı. Ombudsman bir denetim mekanizması olarak, 1809 yılında İsveç Anayasası’na girerek, anayasal bir kurum niteliğine kavuştu. Ombudsman, parlamento adına bağımsız olarak kişilerin çıkarlarını, yargı organları ve kamu yönetimi önünde savunmaktadır (Demir, 2002: 123-124). Bundan da anlaşılacağı üzere ombudsmanlık, ilk olarak kamu yönetimi alanında, “kamu denetçisi” anlamında kullanılmıştır. “Kamu denetçisi” olarak ifade edilen ombudsmanlık mekanizması, idarenin çeşitli alanları için denetim fonksiyonunu yerine getirmektedir.

Basında ombudsmanlık uygulaması Türkçe’ye “okur temsilcisi” kavramı olarak yerleşmiş olmakla birlikte halen her iki kavram birbirinin yerine kullanılmaktadır (Özgen, 2003: 28). Ancak ombudsman kavramının kapsayıcılığı ve bu konudaki geniş literatür göz önünde bulundurulduğunda okur temsilciliği kavramının tercih edilmesi yerinde olur. Starck ve Eisele (1999’dan Akt. Atabek, 2005: 70) de basındaki ombudsman uygulamasını tanımlamak için dünyada okur temsilcisi, okur savunucusu, halk editörü gibi kavramların kullanıldığını belirtmişlerdir.

#### **1.1.1. Okur Temsilciliğinin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi**

Ombudsmanlığın bir denetim mekanizması olarak ilk kez İsveç’te ortaya çıkmasına rağmen, basın sektöründe ilk uygulama Japonya’da görülmüştür. 1922’de Asahi Shimbun gazetesi okuyucu şikâyetlerini dinlemek ve incelemek üzere bir komite kurmuştur (Girgin, 2000: 244-245).

ABD’de ise 1967 yılında “Louisville Courier–Journal” ve “Louisville Times” gazeteleri ombudsman uygulamasına geçmiştir. ABD’de yaklaşık 1500’ü aşkın gazeteden yalnızca 35’inin ombudsmanı bulunmaktadır (İnceoğlu, 2004: 71). Kanada’da ilk okur temsilcisi 1972’de The Toronto Star Gazetesi’nde göreve başlamıştır. İsveç’te ise okur temsilcisi, 1916’da kurulan Basın Konseyi tarafından 1969’da atanmıştır. Bugün dünyada yaklaşık 40’ı ABD’de olmak üzere 100’e yakın saygın gazetenin düzenli yazan okur temsilcisi bulunmaktadır.

Okur temsilciliği uygulamasının ABD’de 1967’de başlamasının ardından basın sektöründe okur temsilciliğinin büyük bir yaygınlık kazanacağı beklentisi en azından sayısal anlamda gerçekleşmemiştir. Günümüzde okur temsilcisi istihdam eden basın kuruluşlarının sayısı dünyada ve Türkiye’de yavaş fakat sürekli bir artış içindedir. Ancak okur temsilcisine sahip gazetelerin sayısının beklentilerin çok gerisinde olduğu da ortadadır. Örneğin, ABD’de 1700 civarında günlük yayımlanan gazete olmasına rağmen bunların pek azı bir okur temsilcisine sahiptir. ABD’de 1967’de ilk okur temsilcisi atandıktan sonra 1974’e gelindiğinde dünyadaki okur temsilcilerinin sayısı bir düzineye, 1982’de de birkaç tanesi Kanada’da olmak üzere ancak 22’ye ulaşabilmiştir (JaCoby: 2005’ten Akt. Atabek, 2005: 97).

Günümüzde dünyada okur temsilcisine sahip başlıca gazeteler arasında şunlar bulunmaktadır: Washington Post, Los Angeles Times, San Francisco Chronicle, Boston Globe, Philadelphia Inquirer, Chicago Tribune (ABD); The London Free Press, Calgary Herald, Montreal Gazette, Toronto Star, Halifax Cronicle (Kanada); The Guardian, The Observer (İngiltere); Le Monde (Fransa); El Pais (İspanya), Politiken (Danimarka), Folha de Sao Paulo (Brezilya), İvestiya (Rusya) ve 10 milyon tirajlı Yomiuri Shimbun (Japonya). Bu yayın kuruluşları arasına 2003 yılında ABD’nin en saygın gazetelerinden New York Times da dâhil olmuştur.

### 1.1.2. Okur Temsilciliğinin Dünyada Ortaya Çıkış Nedenleri

**Basının** okur temsilciliği kurumunu oluşturarak bir taraftan gazete içeriklerini mercek altına alarak etik standartları korumak, diğer taraftan okuyucu şikâyetlerine kulak vererek yine gazete içeriklerini bu kez okuyucu gözüyle irdelemekteki **temel amacı**, basının saygınlığını arttırmaktır. Saygınlığını yitirmiş bir basın, sadece okuyucu kaybetmekle kalmaz, kendisinden beklenen dördüncü kuvvet misyonunu da yitirerek toplumsal kurumlar içinde sadece belirli çıkarılara hizmet eden, sermayenin ve belirli çevrelerin güdümünde sıradan bir kurum haline gelir (Atabek, 2005: 98).

ABD’de ve İsveç’te okur temsilciliğinin ortaya çıkışının koşullarını inceleyen Nauman (2005), her iki ülkede de okur temsilciliğinin medyaya yönelik toplumsal eleştirinin şiddetlendiği dönemlerde gündeme geldiğini tespit etmiştir. ABD’de basının kendi evinin içini temizlemesi için çağrılarının yoğunlaştığı 1947 yılında Time ve Life dergilerinin kurucusu Henry Luce, basının sorunlarını incelemek için gazeteci olmayan bir grup seçkin insanı bir araya getirdi. Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu adını, komisyonun başındaki kişi olan ve o sıralarda Chicago Üniversitesi’nin rektörlüğünü yürüten Robert Maynard Hutchins’den almıştır.

Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu özel sektör ve liberalizm yanlıları tarafından da destekleniyorlardı. Komisyon uzun çalışmalardan sonra, “Basın ya kendine özdenetim uygulamalı ya da hükümet bu denetimi yasalar yoluyla yapar.” şeklinde bir uyarı yayımladı. Hutchins Basın Özgürlüğü Komisyonu, “basını iyileştirmenin en etkili yollarından birini basının kendisinin

tıkadığı” yargısına ulaştı. Komisyon, basını ve dolayısıyla gazetecileri yazılı olmayan yasalar nedeniyle yanlışları görmezden geldiği için suçluyordu.

Komisyonun bulguları büyük ölçüde görmezden gelindi. 1960’larda da ABD kamuoyundaki basın karşıtı ruh hali büyüyerek devam etti. Bunun nedeni kısmen, bütün belli başlı kurumlara duyulan güven eksikliğinden ve kısmen de kitle iletişim araçlarının hızla artan gücüne ve bu alandaki tekelleşme eğilimlerine duyulan tepkiden kaynaklanıyordu (Nauman, 2005).

İsveç Basın Konseyi’nin 1969’da ilk okur temsilcisini ataması ise bu ülkede basının özellikle cinayet, şiddet, cinsellik gibi konularda yaptığı etik dışı yayınlara kamuoyunun gösterdiği tepkiye bir yanıt olarak gündeme gelmiştir. İsveç basını, şayet medya kendi kendini disipline etme konusunda daha aktif davranmadığı takdirde yasal kısıtlamaların geleceğinden korktuğu için böylesine bir özdenetim mekanizması oluşturmayı kabullendi.

### 1.1.3. Okur Temsilciliği Uygulamasında İki Farklı Model

Basın alanında ombudsmanlık uygulaması dünyada iki farklı biçimde görülmektedir. Birincisi, İsveç’te uygulanan biçimiyle ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikâyetlerini yönelttikleri kişidir ve hükümetle hiçbir bağı yoktur. İsveç’te 1969’da kurulan basın ombudsmanlığı, medya kuruluşlarının haber verme işlevinin yerine getirilmesi sırasında ortaya çıkan yanlışlıkların, yanlışlıkların, eksikliklerin ve kusurların deneyimli ve tarafsız bir gazeteci tarafından izlenerek düzeltilmesini sağlar. Ombudsmanlık yapan kişilerin gazetecilik birikimleri olmasına karşın, ombudsmanlık yaptıkları gazete ile ilişkileri yoktur ve yaptıkları iş karşılığında gazeteden ücret almazlar. Maaşları İsveç Yayıncılar Derneği tarafından ödenir. Basın Ombudsmanı ve büro üyeleri; Parlamento Ombudsmanı, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve Basın Kurulu’ndan oluşan bir heyet tarafından atanır. İsveç Basın Ombudsmanı, geniş kapsamlı bir Enformasyon Özgürlüğü Yasası’nı içeren kurumlaşmış bir özgürlükler arka planı üzerinde belirlenmiştir. Söz konusu yasa, İsveç basınına bağlayıcı bir kendini düzenleme sistemi oluşturmaya teşvik eder. Şikâyetler konusunda yapılan işlemlerin genellikle birkaç gün içinde yayınlanmasını ayarlayarak düzeltici bir işlev görür. Sistem şikâyetçilerden bağımsızdır ve tamamen basın tarafından desteklenir, bağımsız bir kamusal otorite statüsündedir (Peters, 2005: 697-698).

Basın ahlak ilkelerine uygun olmayan gazeteci veya yazar bir dilekçeyle ombudsmana şikâyet edilir. Ombudsman, yaptığı araştırmalar sonucu, şikâyet sahibini haklı bulursa gazetede düzeltme yapılmasına veya cevap hakkının verilmesine karar verir. Eğer araştırma sonucunda gazetecinin doğru habercilik ilkelerini bilerek çiğnediğine kanaat getirirse daha ayrıntılı bir soruşturma başlatır. Duruma göre yazı işleri müdürünün de bu konudaki görüşlerini alır. Sonuçta gazeteciye ya kınama ya da uyarı cezası verebilir veya basın konseyine müracaat ederek cezanın konseyce verilmesini isteyebilir. İsveç’te ombudsmana yılda ortalama olarak gelen 300-400 şikâyetin çoğu bireyin ceza yargılaması sırasında henüz yargı kararını açıklamadan mahkûm edilmesine ya da kişilik değerlerinin veya özel yaşamın gizliliğinin ihlal edilmesine ilişkindir (Demir, 2002: 144-145).

Amerika Birleşik Devletleri’nde uygulandığı biçimiyle ombudsmanlıkta ise her basın organı eğer istiyorsa, kendi yayın kuruluşunun ombudsmanını kendisi belirler. Dolayısıyla yasaya bağlı bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu modelde ombudsman, kurum içi yazılı eleştiriler yayımlayarak gazetecilere mesleki sorumluluklarını hatırlatırken, diğer yandan



gazetede çıkan haber ve yorumlarla ilgili okuyucu şikâyetlerini değerlendirir (Alemdar, 1990: 28-29). ABD modelinde okur temsilcisinin maaşı, çalıştığı yayın kuruluşu tarafından karşılanır.

#### 1.1.4. Okur Temsilcisinin Çalışma Alanı

Gazetelerde okur temsilcisinin, kurum dışında okuyuculara ve kurum içinde de haber üretimi sürecinde çalışan gazetecilere yönelik olmak üzere ikili bir işlevi vardır. Okur temsilcisi bir taraftan gazetesindeki haberleri, fotoğrafları, grafikleri kısacası tüm gazete içeriğini daha doğru, dengeli ve adil olması bakımından izler. Bunu yaparken büyük ölçüde okuyucu eleştirilerinden yararlanır. Okuyucuların haber içeriklerine yönelik şikâyetlerini alır, inceler ve uygun yanıtlar verir. Diğer taraftan da belirli bir standardın altındaki gazete içeriği konusunda ilgili haber çalışanlarının dikkatini çeker. Gazete editörlerinden ve diğer çalışanlardan okuyucu için açıklamalar ister.

Okur temsilcisinin temel görevi, haberlerde adillik, doğruluk ve dengelik ölçütlerinin yerine getirilmesini sağlayarak kurum içi özdenetim işlevini yerine getirmek ve etik standartların korunmasına katkı sağlamaktır. Okur temsilcisi bu işlevini yerine getirirken bir taraftan da okuyucu şikâyetlerini dinleyerek ve onlara uygun yanıtlar vererek gazete için bir nevi halkla ilişkiler görevini de yerine getirmiş olur.

ABD'nin Teksas eyaletinde yayımlanan Fort Worth Star-Telegram gazetesinde 7 yıl okur temsilciliği yapan Phil Record, okuyucularına “Sizce öncelik sırasına göre, okur temsilcisinin en önemli altı sorumluluğu nedir?” sorusunu sormuştur. Record'un aldığı yanıtlara göre okuyucularının gözünde okur temsilcisinin en önemli sorumlulukları şöyle sıralanmaktadır (Fort Worth Star-Telegram, 5 Temmuz 1999: 20):

1. Okurları dinlemek, onlara zaman ayırmak,
2. Gazete çalışanlarına okurların duygu ve düşüncelerinin aktarılması,
3. Hataların düzeltilmesinin sağlanması,
4. Gazetenin kimi işleri yapma tarzının ve kararların nasıl alındığının okur kesimine açıklanması,
5. Karar mekanizmalarına yeni bir katmanın eklenmesi,
6. Yetersiz ve hatalı olunan hallerde meslektaşların ve gazetenin eleştirisi.

Çeşitli ülkelerin saygın gazetelerinde görev yapan okur temsilcilerinin söz konusu sorular etrafındaki görüşleri, okur temsilcisi Yavuz Baydar'ın Milliyet Gazetesi'ndeki “Okur Temsilcisi” köşesinde 1999–2003 tarihleri arasında yer verdiği yazılardan derlenmiştir. Türkiye'nin ilk okur temsilcisi Yavuz Baydar (22 Mart 1999'dan Akt. Atabek 2005: 71-72), Milliyet'teki ilk yazısında yaptığı işi şöyle tanımlamıştır:

*“Sizler gibi ben de her gün bir okur gözüyle, gazeteyi baştan aşağı okuyorum. Gördüğüm hataları, eksikleri basın ahlak ilkeleriyle çelişen umurları not ediyorum. Sizlerden gelen bütün şikâyetleri, görüşleri, önerileri ve değerlendirmeleri topluyorum ve değerlendiriyorum. Bunları gazetenin ilgili birimlerine ve yönetimine iletiyorum...”*

*Okur temsilcisi görevimde bağımsızım, ama yetkim de yok. Görüşlerim gazeteye sunulan öneriler sadece... Yönetimin amacı... daha da iyi bir gazete yapmak...*

*Sizler gazetenin kalite düzeyini yükseltme savaşımında bize ilginizle katkıda bulunurken...  
‘Ürün hakkında benim bilgi ve söz hakkım var’ düşüncesi bir hayal değilmiş göreceksiniz...  
Bana gazetenin içeriği ile ilgili olmak kaydıyla her konuda yazabilirsiniz...”*

Okur temsilcilerinin temel görevleri arasında, her bakımdan daha iyi bir gazetenin çıkması için çaba göstermek ve bu doğrultuda okuyucu eleştirilerinden de yararlanmak öncelikli bir yere sahiptir. 1986 yılında San Diego Union Gazetesi üzerine yapılan bir araştırmada, okuyuculara gazete hakkındaki eleştirileri sorulmuştur. Bu tarih itibarıyla gazete 10 yıldır aktif bir okur temsilcisine sahiptir. Araştırmaya katılan okuyucular da genellikle okur temsilciliği kurumunu destekleyen kişiler olduklarını belirtmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgular şöyledir (JaCoby, 2005):

- 1- Gazete tarafından yapılan düzeltmelerde de gözüktüğü gibi gazete pek çok yanlışlarla yayınlanmaktadır.
- 2- Gazete hatalarını düzeltmekte ancak bunlar daha çok gazetenin iç sayfalarına gizlenmektedir.
- 3- Gazete, sadece tazminat davalarından korunmak için cevap ve düzeltmeleri yayımlamaktadır.
- 4- Gazete siyasi olarak taraflıdır.
- 5- Gazete daha fazla iyi habere yer vermelidir.
- 6- Gazete özellikle başlık seçimleriyle sansasyonel bir tutum izlemektedir.

### **1.1.5. Okur Temsilcisinin İşlevleri ve Nitelikleri**

Gazete ile okuyucu arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde ve haber içeriklerine yönelik okuyucu şikâyetlerinin giderilmesinde okur temsilcisi önemli bir role sahiptir. Okur temsilcisi hem okuyuculardan gelen eleştirileri hem de kendi görüşlerini haber üretim sürecinde çalışan gazetecilere aktararak haber içeriklerinin daha doğru, adil ve dengeli bir biçimde yayımlanmasına katkı sağlar. Böylece, okur temsilcisi gazete sahibinin kendisinden beklediği “ürün kalite kontrolcüsü” işlevini de yerine getirerek okuyucu gözünde daha saygın bir gazetenin ortaya çıkarılması sürecine katkıda bulunur. Gerçekte, okur temsilcisi uygulamasının etkinliği, söz konusu gazetenin örgüt kültürünün demokratik özelliklerine, eleştirilere açık olup olmamasına, kendini düzeltme yönündeki esnekliğine bağlıdır. Samimi bir okur temsilciliği uygulaması, okurun desteğini arkasına alarak, gazete kuruluşu üzerindeki etik denetime katkıda bulunabilmektedir (Uzun, 2007: 45).

Okur temsilcisinin gazetede üstlendiği görev çalıştığı kuruma göre bazı farklılıklar göstermekle birlikte genel olarak haber toplantılarına gözlemci olarak katılır, eleştirilerini gazete yönetimine veya ilgili gazete çalışanlarına iletir, her hafta düzenli olarak okur temsilcisi köşesinde okuyucu eleştirilerini yanıtlar veya haber içeriklerine ilişkin bazı sorunlara dikkati çeker. Gazetelerde önemli bir işleve sahip olan okur temsilcileri, üstlendikleri bu kritik görevin gerektiği gibi üstesinden gelebilmek için belirli bir birikime, deneyime ve saygınlığa sahip olmalıdır. İyi bir okur temsilcisi şu özellikleri taşımalıdır (Nauman 2005’ten Akt. Atabek, 2006: 6):

1-Gazetecilik süreçlerini iyi bilmelidir. Bunun için de deneyimli bir muhabir veya editör olmalıdır. Gazetecilerin işlerini nasıl yaptığını, haberi takip ederken ve yazarken neler düşündüğünü anlayabilmelidir.

2-Gazetenin hizmet verdiği okuyucu kitlesinin demografik, tarihi ve coğrafi (bölgesel) özelliklerini kavrayabilmelidir.

3- İnsanlarla gerçekten samimiyetle ilgilenebilmeli, savunma durumuna geçmeden onları dinleyebilmelidir.

4-Başarılı bir okur temsilcisi güçlü bir karaktere sahip olmalıdır ve her okur temsilcisinin başına gelen “yalnızlık”la baş edebilmek için psikolojik baskılara dayanıklı olmalıdır.

Milliyet Gazetesi Okur Temsilcisi Yavuz Baydar (26 Mart 2001: 21) da Milliyet Gazetesi’ndeki köşesinde okur temsilcisinin üç önemli hedefini de şöyle ifade etmektedir:

1. Okur Temsilcisi, kendisini atayan gazete sahipleri açısından bir “ürün kalite kontrolcüsü” işlevi görür. Patron, “ürünü” alan “müşterinin” hangi açıdan şikâyetçi olduğu konusunda net bir şekilde fikir sahibi olur.

2. Gazetenin editöryal yönetimi ve muhabirleri, okur temsilciliği sayesinde meslek etiği sınırları içinde hareket etmeye yönlendirilir.

3. Okurlar kendilerinin ciddiye alındığını, gazetenin içeriğinde söz sahibi olduklarını düşünürler.

İç denetim görevini sürdüren okur temsilcileri, zaman zaman bazı tepkilerle karşılaşabilmektedirler. İş güvenliği açısından ise, bir okur temsilcisinin durumu endişe verici olabilmektedir. Çünkü içinde bulunduğu kurumla veya gazetecilerle ilgili şikâyetleri değerlendirip, eğer varsa hataları da ortaya koyup eleştirirken, bu görevi ne kadar tarafsız ve hoşgörülü bir yaklaşımla yapsa da “o” aynı kurumda çalışan meslektaşlarının ister istemez tepkisini çekebilir (Özgen, 2006: 205).

#### **1.1.6. Türk Basınında Okur Temsilciliği**

Türk basınında gerçek anlamda okur temsilciliği uygulaması Japonya, ABD, Kanada, İsveç, İngiltere, Fransa gibi ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça yenidir. Buna rağmen Türkiye’de basın alanında ismi konulmamakla birlikte okur temsilciliği görevini kısmen de olsa yerine getiren bazı öncü uygulamalar 1980’li yılların başında görülmeye başlanmıştır. Bunlar, Hürriyet Haber Ajansı’nda Seyfettin Turhan ve Hürriyet Gazetesi’nde Emre Kongar’dır. Seyfettin Turhan, Hürriyet Haber Ajansı için çıkardığı Aylık Bülten’de haber yazımındaki yanlışlıklara işaret etmiş ve temel gazetecilik kurallarını hatırlatmıştır. Emre Kongar yaptığı işi “Gazetenin içeriğinin daha kaliteli ve hatasız olmasını sağlamakla ilgili bir iş...” olarak tanımlamıştır (Özgen, 2006: 231-233).

Son yıllarda Türk basınında okur temsilciliği özdenetim yoluyla gazetelerde etik standartlara uyulmasını sağlamanın bir yolu olarak gündeme gelmiştir. Bu anlamda Türkiye’nin ilk okur temsilcisi Yavuz Baydar 22 Mart 1999’da Milliyet Gazetesi’nde göreve başlamıştır. Türkiye’de Milliyet Gazetesi ile birlikte okur temsilciliğinin başlamasının temel nedenlerinden biri, Türk toplumunda medyaya duyulan güvensizliğin en üst sınırlara ulaşmasında aranmalıdır.

Türkiye’de okur temsilciliği, yazılı basında etik ilkelere uymanın ve dolayısıyla okuyucunun güvenini yeniden kazanmanın bir aracı olarak gündeme gelmiştir. Bunun bir kanıtı da yine 1999 yılında Milliyet Gazetesi’nin de içinde yer aldığı Doğan Medya Grubu’nun, gruba bağlı yazılı ve sözlü basın organlarının uyacakları Yayın İlkeleri’nin ortaya çıkarılması için grup bünyesinde ilk çalışmaları



başlatmış olmasıdır. Uzun yıllar Milliyet Gazetesi okur temsilciliği görevini yapan Yavuz Baydar gazetede ki köşesinde bu durumu şöyle özetlemektedir (22 Eylül 2003: 19):

*“Bu gazete dört yılı aşkın bir süredir, tam da işin ruhuna yakışır biçimde, gerçekten ‘bağımsız’ bir ‘ombudsman’ aracılığıyla okurlarıyla diyalog halinde. Onlara gerekirse hesap veriyor, özeleştiri yapıyor, hiçbir komplekse kapılmadan hatalarını, kusurlarını kabul ediyor. Türkiye’de geçtiğimiz on yılda örselenen, hasar gören güven köprüsünün kendine ait kısmını ısrarla, kararlılıkla onarmayı sürdürüyor.”*

Daha sonra 19 Mart 2002’de Doğan Satmış Hürriyet Gazetesi’nde aynı görevi üstlenmiştir. Yavuz Baydar 5 Kasım 2004’te Sabah Gazetesi’ne yine okur temsilcisi olarak geçmiştir. Milliyet Gazetesi’nde boşalan okur temsilciliği görevini ise Derya Sazak üstlenmiştir. Böylece Türkiye’nin en yüksek tirajlı üç gazetesi de okur temsilcisine sahip olmuştur. Ayrıca Akşam Gazetesi 5 Nisan 2004’te kısa bir süre için Şakir Süter’in “Okuyucu Mektupları” başlıklı köşesine yer açmıştır. Vatan Gazetesi de 3 Nisan–21 Ağustos 2006 tarihleri arasında Okay Gönensin ile okur temsilciliği köşesine yer açmıştır. Son olarak Cumhuriyet Gazetesi 12 Ağustos 2008 yılından beri Güray Öz ile okur temsilciliği uygulamasına devam etmektedir.

Özetle, şu anda Türkiye’de ulusal düzeyde yayımlanan 37 gazeteden sadece Hürriyet, Milliyet, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri okur temsilcisine sahiptir. Dolayısıyla Türkiye’de okur temsilcisi bulduran gazetelerin sayısının son derece az olduğu görülmektedir. Ancak, dünyadaki eğilime paralel olarak Türkiye’de şu anda okur temsilcisi bulduran bu gazetelerin çoğunun uzun yıllar itibariyle Türkiye’deki en yüksek tiraja ve büyük bir saygınlığa sahip ilk sıradaki gazeteler arasında yer aldıkları da ortadadır.

## 2. Çalışmanın Yöntemi

Çalışma, temel amacına uygun olarak Türkiye’deki yaygın yazılı basın evreninden hareketle bünyesinde okur temsilcisi bulduran üç gazete ile sınırlıdır. Bu gazeteler; (alfabetik sıraya göre) Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi ve Sabah Gazetesi’dir.

Çalışmada, belirli periyotlardan kesit alma yaklaşımı kullanarak, sistemli rassal örneklem alma tekniği kullanılmıştır. Belirli bir başlangıç noktası alınarak, her iki yılda bir olmak şartıyla, üçer aylık mevsimsel periyotlar belirlenmiştir. Bu mevsimsel periyotlar iki yılda bir ileri doğru girmektedir. Buna göre araştırma, örnekleme oluşturan üç gazetenin 2004 yılının Aralık ve 2005 yılının Ocak ve Şubat aylarından başlamak üzere, 2007 yılının Mart, Nisan ve Mayıs ayları, 2009 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos ayları ve son olarak 2011 yılının da Eylül, Ekim ve Kasım aylarında yayınlanan sayılarındaki okur temsilcisi köşeleri ile sınırlandırılmıştır.

İncelenen dönemde Hürriyet Gazetesi’nden 38, Milliyet Gazetesi’nden 58 ve Sabah Gazetesi’nden 48 olmak üzere toplam 144 okur temsilcisi köşesi üzerinde araştırma yapılmıştır. Haftada bir yayınlanan okur temsilcisi köşelerine Hürriyet Gazetesi’nde 15, Milliyet Gazetesi’nde 1 ve Sabah Gazetesi’nde de 7 kez ilgili gazete sayısı kütüphanede olmadığı, ilgili sayfa yırtıldığı veya o hafta okur temsilcisi köşesine yer verilmediği için ulaşılamamıştır.

Çalışmada söz konusu okur temsilcisi köşelerinde yer alan toplam 627 haber eleştirisi incelenmiştir. Araştırmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS paket programına aktarılarak araştırmanın amaçları doğrultusunda çözümlenmiştir.

Araştırmanın amacı, araştırma kapsamındaki gazetelerin okur temsilcisi köşelerinde yer alan haber eleştirilerinin kimler tarafından yapıldığını, bu eleştirilerin hangi konuları kapsadığını, okur temsilcisinin bu eleştirilere ne tür yanıtlar verdiğini ve söz konusu eleştirilere okur temsilcisinin yanı sıra diğer gazete çalışanlarının yanıt verip vermediklerini ortaya çıkarmaktır. Böylece, okur temsilcilerinin çalıştıkları gazetelerde nasıl bir iş yaptıkları, ne tür işlevleri yerine getirebilme potansiyeline sahip oldukları ve bunları ne ölçüde gerçekleştirebildikleri ortaya çıkarılmıştır.

Araştırmada Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yer alan metinlerin tümü incelenerek çeşitli kategorilere ayrılmıştır.

Araştırmada Atabek'in (2005: 122-124; 204-242) geliştirdiği kodlama cetvelinden ve bu bağlamda yönetime ilişkin kavramsal tanımlamalarından da yararlanılarak şu sorulara dayalı kategoriler oluşturulmuştur: Haber eleştirileri (1) hangi konuları kapsıyor, (2) kimlerden geliyor, (3) haberin hangi bölümleriyle ilgili; (4) eleştirilen haber ne zaman yayınlanmış, (5) hangi sayfada yer alıyor ve (6) okur temsilcisinin eleştiriler karşısındaki tutumu nedir? Ayrıca, okur temsilcisinin eleştirilen haberleri yanıtlamak amacıyla nasıl bir yöntem izlediğini ortaya koymak için şu sorulara da yanıt aranmıştır: (a) Okur temsilcisi kaç kez eleştiri konusu haberleri yazan gazetecilerin ve gazetede diğer çalışanların görüşlerine yer vermiştir? (b) Eleştiriye konu olan haberi yazan gazetecilerin, kendilerine yöneltilen eleştiriler karşısındaki tepkileri nasıldır? Son olarak, (c) söz konusu eleştirileri haklı bulup bulmadıkları ve eleştirilere verdikleri yanıtlar da saptanmıştır.

## 2.1. Çalışmanın Bulguları ve Yorumları

Çalışmanın bu bölümünde Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yer alan habere yönelik eleştiriler, kodlama cetveli gözetilerek, önce genel bulgular sunulmuş, ardından elde edilen yanıtlar birbirleriyle karşılaştırılarak daha detaylı ve kapsamlı bulgulara ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular, tekrara düşülmek için sadece bir başlık altında ele alınmıştır. Çalışmanın bu bölümü aşağıdaki bölümlerden oluşmaktadır;

### 1. Okur Temsilcisi Köşelerine İlişkin Genel Bulgular

#### 2. Eleştiri Konusuna İlişkin Analiz

### 2.1.1. Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Okur Temsilcisi Köşelerine İlişkin Genel Bulgular

**Tablo 1:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Yayınlanan Metinlerin Konularına Göre

Konular	Yıl		2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
	Gazete		H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Yayınlanmış bir haberle	93	56	49		20	52	28	-	26	11	77	36	10	190	170	98	
														%77.23	%75.89	%62.42	
Okur temsilciliğiyle	1	-	-		-	-	3	-	-	-	-	-	-	1		3	
														%0.40		%1.91	
Gazetecilik ilkeleri ve etikler	-	3	-		1	-	4	-	-	8	7	-	6	8	3	18	
														%3.25	%1.33	%11.46	
İçerik ve yayın politikasıyla	6	7	-		-	-	5	-	1	1	2	1	-	8	9	6	
														%3.25	%4.01	%3.82	

Diğer	14	19	11	12	10	9	-	1	1	13	12	11	39 %15.85	42 %18.75	32 %20.38
TOPLAM	114	85	60	33	62	49	-	28	21	99	49	27	246 %100	224 %100	157 %100

Bu çalışmada, ele alınan dönemlerde Hürriyet Gazetesi'nden 246, Milliyet Gazetesi'nden 224 ve Sabah Gazetesi'nden 157 olmak üzere toplam 627 metin incelenmiştir. Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı 190 (%77.23), Milliyet Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı 170 (%75.89), Sabah Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı ise 98'dir (%62.42). Bir başka ifadeyle incelenen 627 metnin toplam 458'i (%71.84) haber eleştirileri ile ilgilidir. Geriye kalanlar ise "okur temsilciliği, gazetecilik ilkeleri ve etik, içerik ve yayın politikası ve diğer" kategorileri içinde yer almıştır (Tablo 1).

**Tablo 2:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Kaynağına Göre Dağılımı

Eleştirinin kaynağı	Yıl Gazete	2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
		H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Okuyucudan		88	47	35	19	34	20	-	15	5	72	33	8	179 %91.79	129 %75	68 %80
Haber konusu kişi/kurum		5	5	1	2	13	2	-	9	1	2	2	1	9 %4.61	29 %16.86	5 %5.88
Haber kaynağından		1	3	-	-	2	1	-	-	-	1	-	-	2 %1.02	5 %2.90	1 %1.17
Okur temsilcisinden		1	3	-	-	3	1	-	-	3	4	-	1	5 %2.56	6 %3.48	5 %5.88
Diğer		-	-	1	-	-	3	-	2	2	-	1	-	-	3 %1.74	6 %7.05
TOPLAM		95	58	37	21	52	27	-	26	11	79	36	10	195 %100	172 %100	85 %100

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinde okur temsilcisi köşelerine gelen haber eleştirileri, öncelikle hangi kaynaklardan geldiklerine göre incelenmiştir. Bu incelemeyle elde edilen bulgulara göre; her üç gazetede haber eleştirilerinin büyük bir çoğunluğu okuyuculardan gelmektedir. Okuyucudan gelen haber eleştirilerinin sayısı Hürriyet Gazetesi'nde 179 (%91.79), Milliyet Gazetesi'nde 129 (%75), Sabah Gazetesi'nde ise 68'dir (%80). "Haber konusu kişi ve kurumlardan" gelen haber eleştirilerinin sayısı Hürriyet Gazetesi'nde 9 (%4.61), Milliyet Gazetesi'nde 29 (%16.86), Sabah Gazetesi'nde ise 5'tir (%5.88). Geriye kalan az sayıdaki haber eleştirisi ise "haber kaynağı, okur temsilcisi ve diğer" kategorilerinde yer alan kişiler tarafından yapılmıştır (Tablo 2).

**Tablo 3:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirileri Yapılan Haberlerin Gazetede Ne Kadar Zaman Önce Yayınlandığına İlişkin Dağılım

Haberin Gazetede Yayınlanma Zamanı	H	M	S
Bir hafta önce	59 %30.25	64 %37.20	75 %76.53
İki hafta önce	40 %20.51	35 %20.34	8 %8.16
Üç hafta önce	15 %7.69	6 %3.48	4 %4.08
Üç haftadan daha uzun zaman önce	17 %8.71	4 %2.32	5 %5.10
Belirtilmemiş	64 %32.82	63 %36.62	6 %6.12
TOPLAM	195 %100	172 %100	98 %100

Çalışmada Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde eleştirilen haberlerin, gazetede ne kadar zaman önce yayınlandığı da incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; “bir hafta önce” yayınlanan haberlerin sayısı Hürriyet Gazetesi’nde 59 (%30.25), Milliyet Gazetesi’nde 64 (%37.20), Sabah Gazetesi’nde ise 75’tir (%76.53). “İki hafta önce” yayınlanan haberlerin sayısı ise; Hürriyet Gazetesi’nde 40 (%20.51), Milliyet Gazetesi’nde 35 (%20.34) ve Sabah Gazetesi’nde 8’dir (%8.16). “Ne zaman yayınlandığı belirtilmemiş” haberlerin 64’ü (%32.82) Hürriyet Gazetesi’nde, 63’ü (36.62) Milliyet Gazetesi’nde ve 6’sı (%6.12) Sabah Gazetesi’nde yer almaktadır (Tablo 3). Bu durum, okuyucuların gazete haberlerinde etik standartların yerine getirilmesinin en büyük takipçisi durumunda olduğunu göstermesi bakımından önemli bir bulgudur.

**Tablo 4:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberlerin Gazetede Yayınlandığı Yer Bakımından Dağılımı

Haberin Yayınlandığı Yer	Gazete		
	H	M	S
Birinci sayfada	20 %10.25	21 %12.20	27 %27.55
Gazetenin eklerinde	19 %9.74	4 %2.32	10 %10.20
Spor sayfasında	9 %4.61	6 %3.48	5 %5.10
Ekonomi sayfasında	4 %2.05	1 %0.58	7 %7.14
Arka sayfada	–	1 %0.58	3 %3.06
İç sayfalarda	15 %7.69	12 %6.97	10 %10.20
Belirtilmemiş	118 %60.51	121 %70.34	35 %35.71
Diğer	10 %5.12	6 %3.48	1 %1.02
TOPLAM	195 %100	172 %100	98 %100

Söz konusu gazetelerin okur temsilcisi köşelerinde eleştirilen haberlerin gazetede yayımlandığı yere bakıldığında, her üç gazetede de en fazla haberin “belirtilmemiş” kategorisindeki sayfalarda yer aldığı görülmektedir. Bu kategoride Hürriyet Gazetesi’nde 118 (%60.51), Milliyet Gazetesi’nde 121 (%70.34), Sabah Gazetesi’nde ise 35 (%35.71) adet haber bulunmaktadır. “Belirtilmemiş” kategorisinden sonra en çok eleştirilen haber Hürriyet Gazetesi’nde 20 (%10.25) kez, Milliyet Gazetesi’nde 21 (%12.20) kez ve Sabah Gazetesi’nde 27 (%27.55) kez, gazetelerin “birinci sayfa”sında yayınlanmıştır. Bunların dışında eleştirilen haberler “gazetenin eklerinde, spor sayfasında, ekonomi sayfasında, arka sayfada, iç sayfalarda, diğer” kategorilerinde yer almaktadır (Tablo 4). Özetle, okurlar gazetelerin hemen her sayfasındaki haberlere yönelik eleştirilerde bulunmuşlardır.

**Tablo 5:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Haberin Hangi Bölümüyle İlgili Olduğuna İlişkin Dağılımı

Haberin Eleştirilen Bölümü	Gazete		
	H	M	S
Manşet	4 %2.05	–	1 %1.02
Başlık	8 %4.10	13 %7.55	7 %7.14
Spot	–	–	–
İçeriği	130 %66.66	90 %52.32	50 %51.02
Fotoğrafi	14 %7.17	13 %7.55	5 %5.10
Başlık ve içeriği birlikte	7 %3.58	12 %6.97	22 %22.44
Belirtilmemiş	–	–	–
Diğer	32 %3.58	44 %6.97	13 %13.26
TOPLAM	195 %100	172 %100	98 %100

Okur temsilcisi köşelerinde yer alan haber eleştirilerinin en çok, haberin “içeriği” ile ilgili olduğu görülmektedir. Hürriyet Gazetesi’nde haberin “içeriği” 130 (%66.66) kez eleştirilirken, Milliyet Gazetesi’nde 90 (%52.32) ve Sabah Gazetesi’nde de 50 (%51.02) kez eleştirilmiştir (Tablo 5). Bu bulgu, haber içeriklerinde daha fazla sorunlarla karşılaşıldığını göstermektedir.

**Tablo 6:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerindeki Haber Eleştirilerinin Konularına Göre Dağılımı

Eleştirinin konusu	Yıl	2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Haberde etik sorunlar		24	18	9	6	11	5	–	6	4	19	10	5	49 %25.12	45 %26.16	23 %23.46
Haber yazımına, bilgi hatalarına ve bilgi eksikliğine ilişkin sorunlar		30	9	24	6	20	21	–	14	4	25	13	4	61 %31.28	56 %32.55	53 %54.08
		19	4	12	4	10	–	–	3	–	18	2	1			

Dil yanlışları ve yazım hataları													41 %25.12	19 %11.04	13 %13.26
Başlık ve içerik uyumsuzluğu	4	-	-	-	-	-	1	1	1	4	-		5 %2.56	5 %2.90	1 %1.02
Diğer	18	27	4	5	11	2	-	2	2	16	7	-	39 %20	47 %27.32	8 %8.16

Haber eleştirilerinin konularına göre dağılımına bakıldığında ise en fazla eleştirilen kategorinin “haber yazımına, bilgi hatalarına ve bilgi eksikliğine ilişkin sorunlar” olduğu görülmektedir. Bu kategori için haberler, Hürriyet Gazetesi’nde 61 (%31.28) kez, Milliyet Gazetesi’nde 56 (%32.55) kez ve Sabah Gazetesi’nde 53 (%54.08) kez eleştirilmiştir. Eleştirilen haberlerin konularına göre dağılımında ikinci kategori, Hürriyet Gazetesi için 49 (%25.12) kez ve Sabah Gazetesi için 23 (%23.46) kez eleştirilen “haberde etik sorunlar” olmuştur. Milliyet Gazetesi için konularına göre ikinci en çok eleştirilen kategori ise 47 (%27.32) eleştiri ile “diğer” kategorisidir (Tablo 6).

**Tablo 7:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Yer Verdiği Haber Eleştirilerine İlişkin Tutumları

Okur temsilcisinin tutumu	Yıl	2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Eleştiriye haklı buluyor		9	8	25	6	13	12	-	9	4	6	10	7	21 %10.76	40 %23.25	48 %48.48
Eleştiriye haksız buluyor		3	9	6	6	9	4	-	5	1	5	3	1	14 %7.17	26 %15.11	12 %12.12
Eleştiriye kısmen haklı buluyor		7	1	2	3	4	2	-	3	1	2	2	1	12 %6.15	10 %5.81	6 %6.06
Tarafsız ya da eleştiriye yanıt vermiyor		76	37	5	6	23	9	-	9	2	62	21	1	144 %73.84	90 %52.32	17 %17.17
Okur temsilcisinin kendi eleştirisi		-	3	11	-	3	1	-	-	3	4	-	1	4 %2.05	6 %3.48	16 %16.16

Bu tabloda, okur temsilcilerinin köşelerinde yayınladıkları haber eleştirilerine karşı nasıl bir tutum sergiledikleri de incelenmiştir. Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi, bu köşede yayımlanan eleştirilerden 21’ini (%10.76) “haklı” bulurken, Milliyet Gazetesi okur temsilcisi eleştirilerden 40’ını (%23.25) “haklı”, Sabah Gazetesi okur temsilcisi de eleştirilerden 48’ini (%48.48) “haklı” bulunduğunu belirtmiştir. Her üç gazetede de okur temsilcileri, yapılan eleştirilere ilişkin kendi görüşlerini çoğu zaman açıklama gereği duymamışlar veya bilinçli olarak görüş belirtmemişleridir. Bu durum, okur temsilcilerinin zaman zaman sadece kendilerine gelen haber eleştirilerini yayınlamaya/işlevlerini/görevlerini yerine getirdiklerine inanmalarından kaynaklanabilir. Ayrıca, söz konusu haber eleştirilerinin tartışmaya veya yoruma gerek kalmayacak şekilde açık ve anlaşılır olduğu durumlarda okur temsilcilikleri haklı



olarak görüş bildirmemiş olabilirler (Atabek, 2005; 133). “Tarafsız ya da eleştiriye yanıt vermiyor” kategorisi içinde değerlendirilen bu tutumları, Hürriyet Gazetesi’nde 144 (%73.84) kez, Milliyet Gazetesi’nde 90 (%52.32) kez, Sabah Gazetesi’nde ise 17 (%17.17) kez yer almıştır. Okur temsilcilerinin eleştiriye “haksız” bulma durumuna, Hürriyet Gazetesi’nde 14 (%7.17) kez, Milliyet Gazetesi’nde 26 (%15.11) kez ve Sabah Gazetesi’nde 12 (%12.12) kez rastlanmıştır. Eleştiriye “kısmen haklı buluyor” kategorisi, Hürriyet Gazetesi’nde 12 (%6.15) kez, Milliyet Gazetesi’nde 10 (5.81) kez ve Sabah Gazetesi’nde ise 6 (%6.06) kezdir. “Okur temsilcisinin kendi eleştirisi” Hürriyet Gazetesi’nde 4 (%2.05) kez, Milliyet Gazetesi’nde 6 (%3.48) kez, Sabah Gazetesi’nde 16 (%16.16) kez olarak saptanmıştır (Tablo 7).

**Tablo 8:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberi Hazırlayan Muhabirlerin Kimliklerinin Açıklanması Durumu

Haberi hazırlayanın kimliği	Yıl	2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Muhabirin Kimliği açıklanmış		8	26	22	2	16	9	-	10	6	3	5	4	13	57	41
														%6.66	%33.13	%41.83
Muhabirin Kimliği açıklanmamış		77	31	26	15	32	16	-	15	5	74	31	6	166	109	53
														%85.12	%63.37	%54.08
Diğer		10	1	1	4	4	3	-	1	-	2	-	-	16	6	4
														%8.20	%3.48	%4.08
Toplam		95	58	49	21	52	28	-	26	11	79	36	10	195	172	98
														%100	%100	%100

Her üç gazetede, “haberi hazırlayanların kimliği” açıkça belirtilmemiştir. Bu durum çoğu zaman okur temsilcilerinin aynı kurumda çalıştıkları gazeteci meslektaşlarını, okuyucular önünde teşhir etmeme ya da küçük düşürme kaygılarından kaynaklandığı düşünülebilir (Atabek, 2005: 135). Hürriyet Gazetesi’nde haberi hazırlayanların kimliği 166 (%85.12) kez belirtilmezken, sadece 13 (%6.66) kez belirtilmiştir. Milliyet Gazetesi’nde 109 (%63.37) kez belirtilmezken, 57 (%33.13) kez belirtilmiştir. Sabah Gazetesi’nde ise 53 (%54.08) kez haberi hazırlayanların kimlikleri belirtilmezken, 41 (%41.83) kez belirtilmiştir. Milliyet ve Sabah gazetelerinde eleştirilen haberleri hazırlayanların kimliklerinin açıklanması, yıl bazında düşüş eğilimi gösterdiği saptanmıştır (Tablo 8).

**Tablo 9:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcisi Köşelerine Gelen Haber Eleştirilerinin Okur Temsilcileri Tarafından Başkalarına Sorulup Sorulmadığına İlişkin Dağılım

Başkasına sorulmuş mu?	Yıl	2005			2007			2009			2011			TOPLAM		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Evet		18	8	13	2	17	10	-	16	6	5	2	2	25	43	31
														%12.82	%25	%31.63
Hayır		77	50	36	19	35	18	-	10	5	74	34	8	170	129	67
														%87.17	%75	%68.36

Tabloda, Hürriyet Gazetesi’ndeki 195 haber eleştirisinin 25’i (%12.82) okur temsilcisi tarafından başkalarına sorulmuşken, 170’i (%87.17) başkalarına sorulmamıştır. Milliyet Gazetesi’nde 172 haber eleştirisinden 43’ü (%25) okur temsilcisi tarafından başkalarına sorulmuşken, 129’u (%75) başkalarına sorulmamıştır. Sabah Gazetesi’nde ise 98 haber eleştirisinden 67’si (%68.36) başkalarına sorulmazken, 31’i (%31.63) başkalarına sorulmuştur. Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisi, 170 (%87.17) eleştiriyi yanıtlarken, 25 (%12.82) haber eleştirisi için gazetede ki diğer çalışanlardan yanıt istenmiştir. Milliyet Gazetesi’nde okur temsilcisi 129 (%75) haber eleştirisini yanıtlarken, 43 (%25) haber eleştirisi yanıtlanmak üzere gazetenin diğer çalışanlarına sorulmuştur. Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi, 67 (%68.36) eleştiriyi yanıtlarken, 31 (%31.63) haber eleştirisini gazetenin diğer çalışanlarına sormuştur. Sabah Gazetesi’nde eleştirinin başkalarına sorulması durumu yıl bazında düşüş eğilimi göstermiştir. (Tablo 9).

**Tablo 10:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Yanı Sıra Haber Eleştirilerini Yanıtlayanların Kimliği

Haber eleştirilerini yanıtlayanların kimlikleri	H	M	S
Muhabir	8 %32	20 %46.51	11 %35.48
Genel yayın yönetmeni	–	1 %2.32	–
Haber müdürü	6 %24	17 %39	14 %45.16
Diğer	11 %44	5 %11.62	6 %19.35
TOPLAM	25 %100	43 %100	31 %100

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisinin yanı sıra 8 (%32) kez muhabirlerin, 6 (%24) kez haber müdürünün, 11 (%44) kez de “diğer” kategorisinde yer alan kişilerin haber eleştirilerini yanıtladıkları görüşmüştür. Milliyet Gazetesi’nde 20 (%46.51) kez muhabir, 1 (%2.32) kez genel yayın müdürü, 17 (%39) kez haber müdürü ve 5 (%11.62) kez de “diğer”leri tarafından yanıtlanmıştır. Sabah Gazetesi’nde 11 (%35.48) kez muhabir, 14 (%45.16) kez haber müdürü ve 6 (%19.35) kez de “diğer”leri tarafından yanıtlanmıştır (Tablo 10).

**Tablo 11:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcilerinin Dışındaki Kişilerin Haber Eleştirilerine Verdikleri Yanıtların Dağılımı

Verilen yanıt	H	M	S
Eleştiri haklı	15	13	18
Eleştiri haksız	8	25	9
Eleştiri kısmen haklı	2	4	2
Eleştiriye nötr	0	1	2

Hürriyet Gazetesi’nde okur temsilcisi dışında haber eleştirilerine yanıt verenlerden 15’i eleştirileri “haklı” bulurken 8’i eleştirileri “haksız” bulmuştur. Aynı gazetede eleştirileri “kısmen haklı” bulanların sayısı ise 2’dir. Milliyet Gazetesi’nde eleştirileri “haklı” bulanların sayısı 13, “haksız” bulanların sayısı ise 25’tir. Yine Milliyet Gazetesi’nde eleştirileri “kısmen haklı” bulanların sayısı 4 ve eleştirilere “nötr” olanların sayısı 1’dir. Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi dışında haber eleştirilerine yanıt verenlerden 18’i eleştiri “haklı” olarak

değerlendirirken, 9’u eleştirileri “haksız” olarak değerlendirmiştir. Aynı gazetede eleştirileri “kısmen haklı” bulanların sayısı 2 ve eleştirilere “nötr” olanların sayısı benzer şekilde yine 2’dir (Tablo 11).

**Tablo 12:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinde Okur Temsilcileri Dışındaki Kişilerin Haber Eleştirilerine Verdikleri Somut Yanıtların Dağılımı

Verilen somut yanıt	H	M	S
Gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru	9 %36	21 %48.83	4 %12.90
Gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı yanlış	12 %48	12 %27.90	19 %61.29
Gazeteci olarak doğru olanı yaptık	1 %4	8 %18.60	7 %22.58
Diğer	3 %12	2 %4.65	1 %3.22

Bu tabloda okur temsilcisi dışında haber eleştirilerini yanıtlayanların eleştirilere ne tür somut yanıtlar verdikleri de incelenmiştir. Buna göre, Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin 12 (%48) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı yanlış”, 9 (%36) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru”, 3 (%12) kez “diğer” ve 1 (%4) kez de “gazeteci olarak doğru olanı yaptık” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir. Milliyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin 21 (%48.83) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru”, 12 (%27.90) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı yanlış”, 8 (%18.60) kez “gazeteci olarak doğru olanı yaptık” ve 2 (%4.65) kez de “diğer” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir. Sabah Gazetesi’nde ise okur temsilcisi dışındaki kişilerin 19 (%61.29) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı yanlış”, 7 (%22.58) kez “gazeteci olarak doğru olanı yaptık”, 4 (%12.90) kez “gazetenin verdiği bilgi, tutumu ve yaklaşımı doğru” ve 1 (%3.22) kez “diğer” kategorisine giren yanıtlar verdikleri belirlenmiştir. (Tablo 12).

### 2.1.2. Eleştiri Konusuna İlişkin Analiz

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri okur temsilcileri köşelerinde yayımlanan haber eleştirilerinin hangi konularda yapıldığı ile diğer değişkenler de karşılaştırılmıştır.

**Tablo 13:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Eleştirilen Haberlerin Hangi Sayfada Yayımlandıklarına ve Bu Haberlerin Hangi Konularda Eleştirildiklerine İlişkin Dağılım

Haberin yeri	Eleştiri konusu	Etik sorunlar			Haber yazımı, bilgi eksikliği ve hataları			Dil yanlışları ve yazım hataları			Başlık ve içerik uyumsuzluğu		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Birinci sayfada		5 %2.5 7	5 %2.9 0	6 %6.1 2	4 %2.0 6	11 %6.3 9	13 %13. 26	1 %0.5 1	1 %0.5 8	4 %4.08	-	1 %0.5 8	-
Gazetenin eklerinde		5 %2.5 7	1 %0.5 8	3 %3.0 6	7 %3.6 0	3 %1.7 4	3 %3.0 6	3 %1.5 4	-	3 %3.06	-	-	-
Spor sayfasında		4 %2.0 6	2 %1.1 6	-	-	4 %2.3 2	4 %4.0 8	1 %0.5 1	-	1 %1.02	-	-	-
Ekonomi sayfasında		1 %0.5 1	-	2 %2.0 4	1 %0.5 1	1 %0.5 8	4 %4.0 8	-	-	1 %1.02	1 %0.5 1	-	-
Arka sayfada		-	1 %0.5 8	-	-	-	3 %3.0 6	-	-	-	-	-	-
İç sayfalarda		5 %2.5 7	4 %2.3 2	4 %4.0 8	1 %0.5 1	5 %2.9 0	4 %4.0 8	4 %2.0 6	1 %0.5 8	2 %2.04	1 %0.5 1	-	-
Belirtilmemiş		27 %13. 91	31 %18. 02	8 %8.1 6	43 %22. 16	31 %18. 02	22 %22. 44	30 %15. 46	1 %0.5 8	2 %2.04	2 %1.0 3	4 %2.3 2	-
Diğer		2 %1.0 3	1 %0.5 8	-	4 %2.0 6	1 %0.5 8	-	2 %1.0 3	2 %1.1 6	-	-	-	1 %1. 02
TOPLAM		49 %25. 25	45 %26. 16	23 %23. 46	61 %31. 44	56 %32. 55	53 %54. 08	41 %21. 13	19 %11. 04	13 %13.2 6	4 %2.0 6	5 %2.9 0	1 %1. 02

Bu bulgulara göre, “etik sorunlar”la ilgili eleştiriler; Hürriyet Gazetesi’nde 27 (%13.91) kez, Milliyet Gazetesi’nde 31 (%18.02) kez, Sabah Gazetesi’nde ise 8 (%8.16) kez en çok “belirtilmemiş” kategorisine giren sayfalarda yer almıştır. “Haber yazımı, bilgi eksikliği ve hatalarına ilişkin sorunlar” kategorisine giren okuyucu eleştirileri ise Hürriyet Gazetesi’nde 43 (%22.16) kez, Milliyet Gazetesi’nde 31 (%18.02) kez, Sabah Gazetesi’nde ise 22 (%22.44) kez ile en çok “belirtilmemiş” kategorisine giren sayfalardaki haberlere yapılmıştır. Hürriyet Gazetesi’nde ayrıca, “dil yanlışları ve yazım hataları, başlık ve içerik uyumsuzluğu ve diğer” kategorilerine yönelik en fazla eleştiri, 118 (%60.82), “belirtilmemiş” sayfalardaki haberlere yönelik olduğu saptanmıştır (Tablo 13).

**Tablo 14:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Eleştirilen Haberlerin Eleştirilen Bölümüne ve Eleştirisi Konusuna Göre Dağılımı

Haberin eleştirilen bölümü	Eleştir i konu su Gazete	Etik sorunlar			Haber yazımı, bilgi eksikliği ve hataları			Dil yanlışları ve yazım hataları			Başlık ve içerik uyumsuzluğu		
		H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Manşet		–	–	1 %1.0 2	2 %1.0 3	–	–	–	–	–	–	–	–
Başlık		3 %1.5 4	3 %1.7 4	2 %2.0 4	1 %0.5 1	3 %1.7 4	3 %3.0 6	1 %0.51	2 %1.16	1 %1.02	1 %0. 51	5 %2. 90	–
İçeriği		24 %12. 37	27 %15. 69	10 %10. 20	57 %29. 38	42 %24. 41	31 %31. 63	37 %19.0 7	15 %8.72	8 %8.16	2 %1. 03	–	1 %1. 02
Fotoğrafi		8 %4.1 2	5 %2.9 0	2 %2.0 4	–	3 %1.7 4	3 %3.0 6	–	1 %0.58	–	–	–	–
Başlık ve içeriği birlikte		1 %0.5 1	4 %2.3 2	2 %2.0 4	1 %0.5 1	8 %4.6 5	15 %15. 30	3 %1.54	–	4 %4.08	1 %0. 51	–	–
Diğer		13 %6.7 0	6 %3.4 8	6 %6.1 2	–	–	1 %1.0 2	–	1 %0.58	–	–	–	–
TOPLAM		49 %25. 25	45 %26. 16	23 %23. 46	61 %31. 44	56 %32. 55	53 %54. 08	41 %21.1 3	19 %11.0 4	13 %13.2 6	4 %2. 06	5 %2. 90	1 %1. 02

Araştırmada gazetelerin hangi bölümlerinin hangi konularda eleştirildiğine de bakılmıştır. Buna göre, her üç gazetede en çok eleştiri konusu olan “haber yazımı, bilgi eksikliği ve hatalarına ilişkin sorunlar” Hürriyet Gazetesi’nde 57 (%29.38) haber, Milliyet Gazetesi’nde 42 (%24.41) haber, Sabah Gazetesi’nde de 31 (%31.63) haberle “içerik”lerde olduğu ortaya çıkarılmıştır (Tablo 14).

**Tablo 15:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Eleştirilen Haberlerin Eleştiri Konusuna ve Söz Konusu Haberleri Hazırlayanların Kimliklerinin Açıklanması Durumuna İlişkin Dağılım

Eleştir i konu su	Muhabiri n kimliği Gazete	Belirtilmiş			Belirtilmemiş			Diğer			TOPLAM		
		H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Haberdeki etik sorunlar		7 %3.5 8	16 %9.3 0	12 %12. 24	40 %20. 51	28 %16. 27	10 %10. 20	2 %1.0 2	1 %0.5 8	1 %1.0 2	49 %25. 12	45 %26. 16	23 %23. 46
	Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar	5 %2.5 6	11 %6.3 9	19 %19. 38	52 %26. 66	43 %25. 00	33 %33. 67	4 %2.0 4	2 %1.1 6	1 %1.0 2	61 %31. 28	56 %32. 55	53 %54. 08
Dil yanlışları ve yazım hataları		–	4 %2.3 2	7 %7.1 4	38 %19. 48	13 %7.5 5	6 %6.1 2	3 %1.5 3	2 %1.1 6	–	41 %21. 02	19 %11. 04	13 %13. 26

Başlık ve içerik uyumsuzluğu	-	1 %0.5 8	1 %1.0 2	4 %2.0 5	4 %2.3 2	-	-	-	-	4 %2.0 5	5 %2.9 0	1 %1.0 2
Diğer	1 %0.5 1	25 %14. 53	2 %2.0 4	32 %16. 41	21 %12. 20	4 %4.0 8	7 %3.5 8	1 %0.5 8	2 %2.0 4	40 %20. 51	47 %27. 32	8 %8.1 6
TOPLAM	13 %6.6 6	57 %33. 13	41 %41. 83	166 %85. 12	109 %63. 37	53 %54. 08	16 %8.2 0	6 %3.4 8	4 %4.0 8	195 %100	172 %100	98 %100

Araştırmada ele alınan gazetelerde haberlerin hangi konularda eleştirildikleri ile okur temsilcisinin bu eleştirileri yanıtlarken söz konusu haberleri hazırlayanların kimliklerini açıkça yazıp yazmadığına ve gazete çalışanlarına eleştiri konusunda söz hakkı verip vermediğine de bakılmıştır. Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi; “haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar” konusunda 52 (%26.66) kez, Milliyet Gazetesi okur temsilcisi 43 (%25) kez ve Sabah Gazetesi okur temsilcisi de 33 (%33.67) kez haberi hazırlayan muhabirin ismini açıkça belirtmemiş ve bu eleştirileri sadece kendileri yanıtlamışlardır. “Haberdeki etik sorunlar” konusundaki eleştirilere ilişkin olarak; Hürriyet Gazetesi’nde haberi hazırlayan muhabirlerin kimliği 40 (%20.51) kez “belirtilmemiş” olmasına karşın, sadece 7 (%3.58) kez “belirtilmiş”tir. Milliyet Gazetesi’nde 28 (%16.27) kez “belirtilmemiş” ve 16 (%9.30) kez “belirtilmiş”tir. Sabah Gazetesi’nde ise 10 (%10.20) kez “belirtilmemiş” olmasına karşın, 12 (%12.24) kez “belirtilmiş”tir. Dolayısıyla söz konusu bu üç gazete arasında, muhabirin kimliğinin belirtilip belirtilmesi durumu sadece Sabah Gazetesi’nde sayısal ve oransal olarak daha fazladır (Tablo 15).

**Tablo 16:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Eleştirilen Haberlerin Eleştiri Konusuna ve Okur Temsilcileri Tarafından Gazetelerinin Diğer Çalışanlarına Sorulup Sorulmadığına İlişkin Dağılım

Eleştirinin konusu	Başkasına sorulmuş mu?	Evet			Hayır			TOPLAM		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Haberdeki etik sorunlar		8 %4.10	13 %7.55	6 %6.12	41 %21.02	32 %18.60	17 %17.34	49 %25.12	45 %26.16	23 %23.46
Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar		9 %4.61	21 %12.20	19 %19.38	52 %26.66	35 %20.34	34 %34.69	61 %31.28	56 %26.16	53 %54.08
Dil yanlışları ve yazım hataları		3 %1.53	2 %1.16	4 %4.08	38 %19.48	17 %9.88	9 %9.18	41 %21.02	19 %11.04	13 %13.26
Başlık ve içerik uyumsuzluğu		-	1 %0.58	1 %1.02	4 %2.05	4 %2.32	-	4 %2.05	5 %2.90	1 %1.02
Diğer		5 %2.56	6 %3.48	1 %1.02	35 %17.94	41 %23.83	7 %7.14	40 %20.51	47 %27.32	8 %8.16
TOPLAM		25 %12.82	43 %25.00	31 %31.63	170 %87.17	129 %75.00	67 %68.36	195 %100	172 %100	98 %100

Araştırmada ele alınan gazetelerden Hürriyet Gazetesi’nde “haberdeki etik sorunlar”a ilişkin eleştiriler 8 (%4.10) kez okur temsilcisi tarafından gazetenin diğer çalışanlarına sorulurken, 41 (%21.02) kez okur temsilcisi dışında hiçbir gazete çalışanı yanıt vermemiştir. Milliyet Gazetesi’nde eleştiriler 13 (%7.55) kez gazetenin diğer çalışanlarına sorulurken, 32 (%18.60) kez ise okur temsilcisi dışında hiçbir gazete çalışanı yanıt vermemiştir. Sabah Gazetesi’nde de eleştiriler 6 (%6.12) kez gazetenin diğer çalışanlarına sorulurken, 17 (%17.34)



kez okur temsilcisi dışında hiçbir gazete çalışanı yanıt vermemiştir. Açıkça görüldüğü üzere, her üç gazetede “haberdeki etik sorunlar”a ilişkin eleştirilere yanıt veren, çoğunlukla okur temsilcileridir (Tablo 16).

**Tablo 17:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazeteleri Eleştirilen Haberlerin Eleştiri Konusuna ve Eleştirilerin Okur Temsilcisinin Yanı Sıra Kimler Tarafından Yanıtlandıklarına İlişkin Dağılım

Eleştirin konusu	Eleştiriye yanıtlayanlar	Muhabir			Genel yayın yönetmeni			Haber müdürü		
	Gazete	H	M	S	H	M	S	H	M	S
Haberdeki etik sorunlar		3 %12.00	10 %23.25	3 %35.48	-	-	-	3 %12.00	3 %6.97	2 %6.45
Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar		4 %16.00	6 %13.95	7 %22.58	-	1 %2.32	-	1 %4.00	11 %25.58	8 %25.80
Dil yanlışları ve yazım hataları		-	2 %4.65	-	-	-	-	1 %4.00	-	3 %9.67
Başlık ve içerik uyumsuzluğu		-	-	-	-	-	-	-	1 %2.32	1 %3.22
Diğer		1 %4.00	2 %4.65	1 %3.22	-	-	-	1 %4.00	2 %4.65	-
TOPLAM		8 %32.00	20 %46.51	11 %35.48	-	1 %2.32	-	6 %24.00	17 %39.53	14 %45.16

Hürriyet Gazetesi’nde “haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar”ın 4’ü (%16) ve “haberdeki etik sorunlar”a ilişkin eleştirilerin de 3’ü (%12) okur temsilcisinin yanı sıra “muhabirler” tarafından da yanıtlanmıştır. Bu sayılar Milliyet Gazetesi’nde sırasıyla 10 (%23.25) ve 6’dır (%13.95). Sabah Gazetesi’nde de sırasıyla 3 (%35.48) ve 7’dir (%22.58). Ayrıca, söz konusu bu üç gazete içinde sadece Milliyet Gazetesi’nde “genel yayın yönetmeni” sadece “haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar”a yönelik eleştirilerden 1’ine (%2.32) yanıt vermiştir. Her üç gazete için, eleştiriye yanıtlayan “haber müdürü” Hürriyet Gazetesi’nde 6 (%24) kez, Milliyet Gazetesi’nde 17 (%39.53) kez, Sabah Gazetesi’nde ise 14 (%45.16) kezdir (Tablo 17).

**Tablo 18:** Hürriyet Milliyet ve Sabah Gazetelerinin Okur Temsilcisi Köşelerinde Eleştirilen Haberlerin Eleştiri Konusuna ve Okur Temsilcilerinin Dışındaki Kişilerin Bu Eleştirilere Verdikleri Yanıtlara İlişkin Dağılım

Eleştir i konusu	Yanıt Gazete	Eleştiri haklı			Eleştiri haksız			Eleştiri kısmen haklı			Eleştiriye nötr			TOPLAM			
		H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	H	M	S	
Haberdeki etik sorunlar		4 %16.00	4 %9.30	1 %3.22	3 %12.00	9 %20.93	4 %12.90	1 %4.00	-	-	-	-	-	1 %3.22	8 %32.00	13 %30.23	6 %19.35
Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar		4 %16.00	8 %18.60	12 %38.70	4 %16.00	9 %20.93	4 %12.90	1 %4.00	3 %6.97	2 %6.45	-	1 %2.32	1 %3.22	9 %36.00	21 %48.83	19 %61.29	
Dil yanlışları ve yazım hataları		2 %8.00	-	4 %12.90	1 %4.00	-	-	-	-	-	-	-	-	3 %12.00	-	4 %12.90	

Başlık ve içerik uyumsuzluğu	-	1 %2. 32	1 %3.2 2	-	2 %4. 64	-	-	-	-	-	-	-	3 %6.9 7	1 %3.2 2	
Diğer	5 %2 0.00	-	-	-	5 %11 .62	1 %3. 22	-	1 %2. 32	-	-	-	-	5 %20 .00	6 %13. 95	1 %3.2 2
TOPLAM	15 %6 0.00	13 %30 .23	18 %58. 06	8 %3 2.0 0	25 %58 .13	9 %29 .03	2 %8.0 0	4 %9. 30	2 %6.4 5	-	1 %2.32	2 %6. 45	25 %10 0	43 %13. 95	31 %100

Araştırmada ele alınan gazetelerden Hürriyet Gazetesi’nde, okur temsilcisi dışında haber eleştirilerine yanıt verenlerden 4’ü (%16) “haberdeki etik sorunlar”ı “haklı” bulurken, 3’ü (%12) “haksız” bulmuştur. Bu oran Milliyet Gazetesi’nde sırasıyla 4 (%9.30) ve 9 (%20.93), Sabah Gazetesi’nde ise sırasıyla 1 (%3.22) ve 4’tür (%12.90). “Haber yazımına, bilgi eksikliğine ve hatalarına ilişkin sorunlar” konusunda ise; Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi dışındaki kişilerin 4’ü (%16) eleştirileri “haklı” bulurken, 4 (%16)’ü “haksız” bulmaktadır. Milliyet Gazetesi’nde 8’i (%18.60) eleştirileri “haklı”, 9’u (%20.93) “haksız”; Sabah Gazetesi’nde de 12’si (%38.70) eleştirileri “haklı”, 4’ü (%12.90) “haksız” bulmuştur (Tablo 18).

### Sonuç

Toplumsal bir sorumluluğu olan basın bu görevi yerine getirebilmesi, gazetecilik meslek etiği ilkelerine ve kurallarına bağlılığı ile mümkündür. Bu ilkelere ve kurallara işlerlik kazandırmak amacıyla ulusal ve uluslararası platformlarda bugüne kadar pek çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar basın özgürlüğünün önemini vurgularken, aynı zamanda denetim mekanizmalarının gerekliliğini de ortaya koymuştur. Basın kuruluşları dışarıdan müdahalelere gerek kalmadan kendi kendini denetleyebilmek amacıyla kurum içinde bir takım denetim mekanizmaları oluşturmuştur. Gazetecilik meslek etiği ilke ve kurallarına uyulmasını sağlamak amacıyla oluşturulan söz konusu kurum içi özdenetim mekanizmalarından biri de okur temsilciliğidir.

Okur temsilcisi her hafta düzenli olarak yayınladığı köşesinde gazete haberlerindeki etik sorunlar konusunda okurlardan gelen eleştirileri yanıtlayarak, gazetecilik ilkeleri ve etiği konularına ilişkin görüşlerini aktarır. Okur temsilci bir özdenetim mekanizması olduğu gibi, gazete ile okurları arasında bir köprü işlevi de görür. Okurlardan haber içeriklerine yönelik yapılan eleştirileri gazetede ilgili birimlere ileterek, sorunların bir daha tekrar etmemesi için gerekli önlemleri almaya çalışır. Bu temel görevlerinin farkında olan okur temsilcisi, gazetenin yönetim birimlerinden başlayarak tüm gazetecilerin dikkatini bu sorunlara çeker ve onların gazete haberlerindeki etik standartlar karşısında daha duyarlı olmalarını sağlamaya çalışır. Böylece gazetede haber üretim süreci içinde yer alan tüm gazetecileri, meslek etiği sınırları içinde hareket etmeye yönlendirir.

Bu çalışmada, bir iç denetim mekanizması olarak gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesini ve okuyucu ile gazete arasında bir köprü olma işlevini üstlenen okur temsilciliğinin söz konusu işlevini ne ölçüde yerine getirebildiği ortaya konulmuştur. Bu amaçla Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde yayınlanan haber eleştirileri incelenerek, bu eleştirilerin kimler tarafından yapıldığı, hangi konuları kapsadığı, okur temsilcisinin bu eleştirilere ne tür yanıtlar verdiği ve söz konusu eleştirilere okur temsilcisinin yanı

sıra diğer gazete çalışanlarının yanıt verip vermedikleri ortaya çıkarılmıştır. Böylece, okur temsilcilerinin çalıştıkları gazetelerde nasıl bir iş yaptıkları, ne tür işlevleri yerine getirebilme potansiyeline sahip oldukları ve bunları ne ölçüde gerçekleştirebildikleri belirlenmiştir.

Çalışmada, ele alınan dönemlerde Hürriyet Gazetesi'nden 246, Milliyet Gazetesi'nden 224 ve Sabah Gazetesi'nden 157 olmak üzere toplam 627 metin incelenmiştir. Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı 190 (%77.23), Milliyet Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı 170 (%75.89), Sabah Gazetesi okur temsilcisi köşesinde yayınlanan haber eleştirilerinin sayısı ise 98'dir (%62.42).

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşelerinde, en fazla okuyuculardan gelen haber eleştirilerine yer verildiği saptanmıştır. Hürriyet Gazetesi okur temsilcisi köşesine okuyuculardan gelen haber eleştirisi sayısı 179'dur (%91.79). Milliyet Gazetesi okur temsilcisi köşesine okuyuculardan 129 (%75) ve Sabah Gazetesi okur temsilcisi köşesine de 68 (%80) haber eleştirisi gelmiştir. Eleştirilen haberler gazetelerde yayımlandıkları sayfa bakımından incelendiğinde, birinci sırada “belirtilmemiş” kategorisindeki sayfalar yer almaktadır. İkinci sırada ise; “birinci sayfa” haberlerinin yer aldığı görülmüştür. Hürriyet Gazetesi, Milliyet Gazetesi ve Sabah Gazetesi okur temsilcileri, okuyucular tarafından eleştirilen haberlere, köşelerinde yer vererek söz konusu haberleri irdelemişlerdir. Gerekli gördükleri durumlarda da haberi yazan muhabirlerin ya da gazetenin diğer çalışanlarının görüşlerine başvurarak, onları gazetecilik ilkeleri ve etik kurallara uyulması konusunda daha duyarlı olmaya yönlendirdikleri açıktır.

Bu araştırmadan elde edilen bulgular, okur temsilcilerinin gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesinde önemli bir rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır. Okur temsilcisi, okuyucunun gazetede ki haberlerle ilgili olan eleştirilerini dinler ve analiz eder. Daha sonra gazete haberlerinin düzeltilmesi veya bu haberlere açıklık kazandırılması için haber üretim sürecinde çalışan gazetecileri haberdar ederek, onların yazdıkları haberlerin duyarlı bir okuyucu kitlesi tarafından sürekli izlendiğini hissettirerek gerçekleştirirler.

Okur temsilcisinin okuyucu şikâyetlerini dinleyerek gazete içeriklerini etik ilkelere uygunluğu bakımından irdelemekteki temel amacı, okuyucu gözünde gazetenin saygınlığını yükseltmektir. Ancak bir gazetenin saygınlığını arttırmanın en temel koşullarından biri gazete haberlerinde etik standartların korunmasını ve yükseltilmesini sağlamaktır. Dolayısıyla gazetelerde bir özdenetim unsuru olarak görev yapan okur temsilcileri bu temel görevlerinin farkında olarak gazete haberlerinde etik standartların korunması ve yükseltilmesi için bilinçli bir çaba gösterirler.

Gazetecilik mesleğinin bir gereği olarak, gazetecilerin sahip oldukları özerkliğin ve gazeteciliğin kültürel değerlerinin çok derinlerde yatması, haber içeriklerinde etik kodların dışarıdan kontrol edilmesini güçleştirmektedir. Ancak her şeye rağmen, gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesinde okur temsilcisinin sağlayabileceği bir katkı olmalı ve nitekim bu çalışmada da ortaya konulduğu üzere vardır. Okur temsilcisinin yeterli birikime, deneyime ve saygınlığa sahip olması, kurum içinde belirli ölçülerde yetkilere sahip olması ve bağlı olduğu kurumun örgütsel şeması içinde konumlandırılması gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesine çok daha büyük katkılar sağlayabilir. Okur temsilcisinin sahip olduğu potansiyelin harekete geçirilmesi ve okur temsilciliği uygulamasının yaygınlaştırılmasının teşvik edilmesi, bir taraftan gazetecilerin ve kurum olarak gazetelerin saygınlığını arttırırken,

diğer taraftan da okuyucuların ve dolayısıyla toplumun gazetelerden beklentilerinin karşılanmasına da katkı sağlayacaktır.

Okuyucuların gazete haberlerini eleştirmeleri için teşvik edilmeleri ve gazetecilerin de haber üretimi sürecinde etik ilkelere uyma anlamında daha özenli davranmaları yolunda motive edilmeleri bu iş için her bakımdan yeterli bir okur temsilcisini gerekli kılar. Bu sebeple, okur temsilcisi bulunduran gazetelerin sayılarının hızlı bir şekilde artması, gazete haberlerinde etik standartların yükseltilmesine önemli ölçüde katkı sağlayacağı açıktır.

### **Kaynakça**

- Alemdar, Zeynep (1990). *Oyunun Kuralı, Basında Özdenetim*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Atabek, Nejdet (2005). *Okur Temsilciliği: Türk Basınında Okur Temsilcisi Köşeleri Üzerine Bir Araştırma*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Atabek, Nejdet (2006). *Gazete Haberlerinde Etik Standartların Yükseltilmesinde Okur Temsilcisinin Rolü*, Konya: Selçuk İletişim, Cilt:4, Sayı: 2, 5-17.
- Bülbül, A. Rıdvan (2001). *İletişim ve Etik*, 2. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Demir, Galip (2002). *Ombudsman Aranıyor*, İstanbul: Ahilik Araştırmaları Yayınları.
- Girgin, Atilla (2000). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*, İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- İnceoğlu, Yasemin (2004). *Uluslararası Medya*, İstanbul: Der Yayınları.
- JaCoby, Alfred (2005). *The Newspaper Ombudsman: A Personal Memoir of The Early Days*, <http://www.newsombudsmen.org/jacoby.html>.
- Nauman Arthur C. (2005). *News Ombudsmanship: Its History and Rationale*, <http://www.newsombudsmen.org/nauman2.html>.
- Özgen, Murat (2006). *Gazetecinin Etik Kimliği*, 3. Baskı, İstanbul: Set-Sytems Yayıncılık.
- Özgen, Murat (2003). *Basında Bir Özdenetim Uygulaması Olarak Ombudsman*, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 16, 27-34.
- Peters, Anne (2005). *The European Ombudsman and The European Constitution*, Common Market Law Review 42-3, 697-743.
- Uzun, Ruhdan (2007). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar*, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi.

### **Gazete Kaynakları**

- Milliyet Gazetesi*, 22 Eylül 2003.
- Milliyet Gazetesi*, 26 Mart 2001.
- Fort Worth Star-Telegram*, 5 Temmuz 1999.