

Amerikan medyasında haber mi show mu?

*Amerikan medyası son dönemde krize girdi. Yazılı basın ve televizyonlardaki sansasyonel hatta uydurma haber sayısında büyük artış var. Etik kurallara saygı gösterilmiyor ama skandal haberlerin yazarları işlerinden olurken mesleki yayınlar da özeleştiriyor.

● Ragıp Duran

Anglo-Sakson gazeteciliğin temel sloganı "Facts and figures" (olgular ve rakamlar). Haberi yorumdan ayıran bu anlayış uyarınca, olay ve olgular olduğu gibi, yani eğmeden bükmeden aktarılıyor, olayın yorumu ise gazetenin bir başka sayfasında veriliyor. Bu ekolün tartışmasız lideri aslında BBC. Ama ABD'de New York Times ya da Washington Post'un yanı sıra Time ve Newsweek dergileri, CBS ya da ABC'nin haber bültenleri, dünyada bazılarının göre gazeteciliğin doğru, çokyanlı, hızlı, dengeli, güvenilir ve inandırıcı haberciliğinin mabedleri olarak kabul edilir. di.

ABD'nin iki önemli yarı akademik yarı mesleki yayın organı, Columbia Journalism Review (CJR) ile American Journalism Review (AJR) de tüm dünyanın en önemli gazetecilik dergileri sayılırdı halen de sayılıyor.

Amerikan gazeteciliğinin bir başka zirvesi, bu mesleğin Amerika'da nasıl yapıldığını geniş kitlelere gösteren "Başkan'ın Adamları" (1976) filmi olmuştu. Filmde iki genç gazetecinin, Türkçe'ye yanlış bir deyimle "araştırmacı gazetecilik" olarak tercüme edilen "investigative journalism" (1) metodunu başarılı bir şekilde uygulamaları, neredeyse bir belgesel kadar gerçeğe uygun bir şekilde aktarıyorlardı. Watergate skandalının ortaya çıkarılmasını sağlayan bu iki gazetecinin haberciliği sayesinde Nixon istifaya zorunda kalmıştı.

"Her şeyin en iyisi zaten Amerika'dadır" görüşünü savunanların başka bir çok örnekle destekleyebilecekleri Amerikan gazeteciliğinin başarısına son yıllarda büyük acılaer düşme başladı.

Aşağıda ayrıntılı olarak verilen yakın zamandaki dört örneğin yanı sıra, 80'li yıllarda Pulitzer ödülü kazanan Washington Post'un bir bayan muhabirinin uyuşturucu kullanan küçük bir çocuğun haberini tamamen uydurduğunun anlaşılması, ödülün gazete tarafından jüriye iade edilmesi ve muhabirin işten atıldığı, ancak daha sonra da geçim sıkıntısı çeken ve mesleğe geri dönmeye çalışan bu muhabirin yaşam öyküsünün senaryolaştırılıp film yapılması hatırladadır. Keza Körfez Savaşı sırasında Pentagon'un sponsor olduğu çatışmaları aktaran CNN bu "postmodern" ya da sözüm ona "beyaz ve kansız" savaşları aktarırken gerçek durumdan çok farklı bir manzarayı aktarıyordu milyonlarca izleyiciye.

Amerikan basın dünyasında sadece 1998 yazında meydana gelen dört olay Amerikan gazeteciliğinin itibarına büyük darbe vurdu. O kadar ki, Brill's Content adlı yeni bir mesleki derginin sahibi ve yöneticisi Steven Brill, Amerikan basınının "iliğine kadar kokuşmuş bir kurum" olduğunu savunuyor.

Brill'in bu yargıya varmasının ilk gerekçesi Başkan Clinton'ın "seks maceralarının" basın tarafından izlenme ve aktarılma yöntemi. CJR'in de daha sonra geniş çaplı bir özeleştirisini yayınladığı Beyaz Saray erotik haberlerinin aslında duyum ve dedikodudan ibaret olduğu ortaya çıktı. Popüler gazeteler, satışlarını artırmak için akla hayale gelmedik iddiaları manşetten ve temsili resimlerle yayınlarken, NYT ya da WP gibi ciddi gazetelerle üç büyük televizyon kanalı da adeta geri kalmamak için benzeri duyum ve söylentilerin doğruluğunu en az iki kaynaktan doğrulamadan yayınlamakta herhangi bir engel görmedi. Belki de Amerikan medyasında başlayan "Özel Haber" savaşına ciddi gazeteler de katılmıştı.

ABD, Batı Avrupa ve Türkiye'de gösterime yeni giren Costa Gavras'ın "Mad City" filmi "Başkan'ın Adamları" filminin yerini alıyordu. Amerikalı gazeteci artık bir rehlin alma olayını bile kendi mesleğinde yükselmek için kullanmaya çalışan rezil bir adam haline gelmişti.

CJR'ı yayınlayan Columbia Üniversitesi Gazetecilik Okulunun Dekanı Tom Goldstein, her ne kadar bir kaç olaydan yola çıkıp tüm Amerikan basınının genel eğilimini olumsuz bir şekilde değerlendirmenin yanlış olduğunu söylese de, basın camiasında herkesin "medya ile gerçek arasındaki ilişkileri sorguladığını" kabul ediyor. ABD'nin en ünlü gazetecilerini yetiştiren okulun yöneticisi saruna daha çok teknik açıdan yaklaşırken "gazetecilerin dürüstlüğü, meslek ahlak ilkelerine saygı göstermeleri ve özellikle de redaksiyon sisteminin iflasından" yakınıyor. Goldstein'a göre, mutfakta, editörlerin, muhabirlerin yazdığı haberleri sıkı bir şekilde denetlemeleri gerekiyor. "Basın Özgürlüğü için Muhabirler Komitesi" müdiresi Jane Kirtley "Haberlerin gerçeği yansıtması ve dengeli olması için yazı işleri yeteri kadar denetim yapmıyor" görüşünde. Washington Post'un editörlerinden E.J. Dionne ise bu önlemlere katılmıyor: "Bir haber müdürü ya da yazı işlerindeki redaktör, muhabirin yazdığı haber metninin genel mantığını denetleyebilir ama o haberin her satırındaki olay, olgu, rakkam ya da alıntılarını doğrulayamaz ki" diyor.

Son zamanlarda en çok tartışılan dört haberden, CNN-Time'in Amerikan ordusunun, Vietnam savaşı sırasında asker kaçaklarına karşı sarin gazı kullandığı yolundaki haber, klasik bir "kötü gazetecilik" örneği olarak gösteriliyor. Amerikan medyasını alt üst eden bu yanlış haber CNN'de "toolu

Amerikan medyası

■ 1. sayfadan devam

infihar" gibi iddialı sözlerin sarfedilmesine bile yol açtı. CNN, bu skandaldan mümkün olduğu kadar az hasarla kurtulabilmek için bir kaç çalışana işten çıkardı, ayrıca merkezî mutfakta daimi bir deontoloji denetimi yapacak bir mekanizma kurulduğunu açıkladı.

Gelelim diğer üç habere. Üçü de Türkiye deyişle asparagas...

The New Republic dergisi son derece parlak ve başarılı olduğu söylenen muhabiri Stephen Glass'ı görevden atmak zorunda kaldı. Çünkü yayınlanan Glass imzalı 27 haberin büyük bir kısmının ya tamamen uydurma ya da büyük ölçüde yanlış olduğu ortaya çıktı. Glass, işinden ayrıldıktan sonra haberlerinin doğru olduğunu Internet'te açtığı bir sayfada iddia etmeye devam ediyor.

Boston Globe da, şair muhabiri Patricia Smith'in yayınlanmış haberlerini gözden geçirince, bilgilerin çoğunluğunun şairin muhayaesinden çıktığını saptayarak Bayan Smith'i gazetenin muhasebe servisine davet etti. Şair Smith de, gazetenin suçlamalarını kabul ederken "Haberlerime biraz renk katmak istiyordum" diyordu...

Son örnek Cincinnati Enquirer. Michael Gallagher adlı muhabir ünlü Çikita muzlarını pazarlayan şirketin aleyhine bir dizi yayınlaması üzerine işinden oldu. Çünkü gazete şirkete 10 milyon dolar ödeyerek çok daha fazla tazminat ödemeye mahkum olabileceği bir davadan kurtuldu.

Her üç haberde de, muhabirlerin etik ilkelere fütursuzca uymadıkları saptırırken, imajı parlak muhabirlerin şeffelerini de iyi bir şekilde atladıkları ya da aldattıkları bir başka deyişle haber müdürleri ve yazı işlerindeki editörlerin de bu asparagasları yuttukları ortaya çıktı. Kuşkusuz burada muhabir-yazı işleri ilişkilerindeki güven eksikliği sorunu devreye giriyor ki bu ikinci aşamada okur ile gazete arasındaki ilişkileri gündeme getiriyor. Üstelik güven,

kurulması güç, yitilmesi kolay bir duygu...

CNN'in Başkanı Robert Kaplan, muhabirlerin önce kendilerine sonradan işledikleri konuya mesafeli davranmadıklarını söylüyor ve sarin gazı haberinin hazırlanması sırasında bazı yetkililerin bu haberi tekzip ettiklerini hatırlatıyor. Bazı uzmanlara göre CNN'in böylesine vahim ve fahiş bir hataya düşmesinin nedenlerinden biri de bu alanda yani global TV haberciliğindeki keskin rekabet. Eskiden tek başına tüm dünyaya 24 saat haber yayını yapan CNN, rakipleri BBC World, CBS, NBC'nin de aynı arenaya gelmesinden sonra, "fark edilmek uğruna" temel ilkelerden taviz vermeye başladı. Rekabet, mesleğin icrasında kaliteyi yükseltmek yerine tam ters sonuçlar veriyordu.

Bu olumsuzlukların nedenleri konusunda farklı görüşler var. Mesela Washington Post'un editörlerinden E.J. Dionne, son zamanlarda basına yönelik eleştirilere basının mesleki skandalları ortaya çıkararak yanıt verdiğini savunuyor ve bu özeleştirme sürecinin olumlu yönlerine değiniyor.

"Basın Özgürlüğü için Muhabirler Komitesi" müdiresi Jane Kirtley "Medya yöneticileri arasında habercilikten gazetecilikten gelen insan sayısı giderek azalıyor. Harvard'dan bir diploma alıyorlar, sonra da habercilik işini öncelikle ve esas olarak para kazanma işi olarak görüyor bu yöneticiler. Eğer haberin dürüstlüğü sizin için ikinci derecede önemli bir konu ise o zaman tabii ki haberin doğruluğunu denetlemek diye tayin edici bir meseleniz olmaz" diyor. Gerçi mesleğin uzmanları, habercilikte rekabetin giderek kızıştığını, bu nedenle gerek gazete ortamlarında gerekse mutfaklarda gazete dışından ve içinden gelen ticari baskıların arttığını ve yoğunlaştığını belirtiyor. Yazılı basındaki rekabet de, televizyon dünyasında olduğu gibi giderek şiddetleniyor. Pew Araştırma Merkezinin verilerine göre ABD'de 1970 yılında yetiş-

kinlerin yüzde 78'i her gün bir gazete okurken, bu oran 1997 yılında yüzde 59'a düştü.

Mesleki dünyada giderek anlamsızlaşan rekabet ortamı, muhabirlerin kendilerini göstermeleri için olumsuz bir zemin yaratırken, "özel haber" ile "yalan ama ilginç ve hoş haber" tanımı neredeyse özdeşleşiyor.

Amerikan basınındaki bu vahim kaymalar, medyanın okur-izler ya da dinlerini kaybetmemek için yapılan hatayı, kasıtlı ya da kasıtsız olsa da, bir süre sonra eleştiri masasına yatırıp kamuoyunda tartışmaya açması son derece önemli. Kaymaların düzeltilmesi için en etkili güç kamuoyu olduğuna göre, muhabiri etik kurallara uymaya, yöneticileri dürüst haber yapma ortamını hazırlamaya zorlayacak güdü, okurların özgürce doğru-çokyanlı-hızlı-dengeli-inanılır-güvenilir haber alma hakkına sahip çıkmasında yatıyor.

(1) "Araştırmacı gazetecilik ya da habercilik" deyişi, sanki araştırma yapılmadan kaleme alınan başka haber türlerinin varlığını öne sürüyor. Ayrıca "investigative" sözcüğünde "araştırma"dan çok "sorgulama" ya da "soruşturma" anlamı yatıyor. Ancak bu iki deyim de gazetecilerden çok savcılarının işlevini tanımladığı için, gazeteciler için kullanılmasında sakınca var. "Investigative Reporting" konusunda Seyfettin Turhan'ın Eskişehir Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları ve Uğur Mumcu Yayınları arasında çıkan kitaplarında bu konuda ayrıntılı bilgiler bulunuyor.

DÜZELTME

Bültenimizin son sayısının ikinci sayfasında Fusun Özbilgen'in "Basın Senatosu ve Gazeteciler Meclisi" başlıklı yazısı Prof. Dr. Mesut Önen adıyla çıkmıştır. Dizgi düzensizliğinden kaynaklanan ve arkadaşlarımızı çok üzen bu yanlışlıktan dolayı özür dileriz.

İletişimde yeni globalleşme örnekleri

Yoğunlaşmalar globalleşmeler

■ Hıfzı Topuz

İletişim ve multimedya endüstrisinde her yıl yeni yeni yoğunlaşmalar, anlaşmalar oluyor, yeni birlikler kuruluyor. İster bilişim araçlarında olsun (IBM, Apple gibi), ister software üretiminde (Microsoft ve Novell gibi), ister kablo şebekelerinde (Time Warner, Telecommunications gibi), ister program üretiminde (Disney, Viacom gibi) hepsinde Amerikan firmalarının yoğun ağırlığı var. Ortaklıkların % 80'inde Amerikan üreticilerinin ağırlığı görülüyor.

Avrupa firmaları telekomünikasyon operasyonlarında (Örneğin British Telecom, France Telecom, Deutsche Telekom) ve program endüstrilerinde (Havas, Canal+, CLT-UFA) kendilerini gösteriyorlar.

Avrupa'da üç ülke başı çekiyor: Fransa, Almanya ve İngiltere. Bu üç büyükler arasında Almanya'nın 1994'ten beri yükselişi çok önemli sayılıyor. Almanya'ya puan kazandıran dört büyük firma var: Deutsche Telekom, ZDF Televizyonu, Leo Kirch grubu ve Bertelsmann. Bu firmalar dünya egemenliğine oynuyorlar.

İletişim ve multimedya alanlarında sektörler arası ve sektörler içi kurulan birlikler bu alanlardaki yeniden yapılanmanın % 80'ini oluşturuyorlar. Bu tür anlaşmalar firmalara güç kazandırıyor ve risklerini azaltıyor. Vahşi rekabetin yarattığı masraflardan da bir ölçüde kurtuluyorlar. Anlaşmaların koşullarına göre bazen firmalardan biri yine üstünlüğü elden bırakmıyor. Örneğin Ted Turner 1996'da Time Warner grubuyla bir birlik oluşturdu ama birliğin içinde Turner'ın egemen olduğu söyleniyor.

İletişimin devleri dünyanın globalleşme koşullarına ayak uydurmak için yeni yöntemler uyguluyorlar. O da şu: Dünyanın dört bir yanında

var olmanın gereksizliği; her meslek dalında da var olmanın zorunlu olmaması; buna karşılık belirli bölgelerde, belirli alanlarda egemenliğin sağlanması.

Disney grubu bunun canlı bir örneğini veriyor. "Aslan Kral" konulu filmi TV programları yapıyor, video kasetler oluşturuyor, kitaplar yayınlıyor, oyunlar, oyuncaklar üretiyor. Filmin müziğini ayrıca düzenliyor, bundan software'ler hazırlıyor, bunları her ülkeye dağıtıyor.

Rupert Murdoch'un uyguladığı strateji daha değişik. Basın sektöründen gelen Murdoch önce bütün olanaklarını bir ülkede kullandı, bütün iletişim dallarında egemen oldu. Sonra başka bir ülkeye el attı, orada da bütün medyaya egemen olduktan sonra sıra geldi yeni bir ülkeye. Böyle böyle dünyanın en büyük medya örgütlerinden birini kurdu.

Dünyada başı çeken 15 iletişim grubunun 8'i Amerikan. Bu sayının içinde Avustralya-Amerikan grubu Murdoch yok.

15 büyük gruptan 5'i Avrupalı: Bertelsmann, Havas, Polygram, EMI ve Kirch.

Bu alanda yoğunlaşmalar çok önemli. Grupların ilk 6'sı dünya pazarının % 30'unu ellerinde bulunduruyor. Disney'in yıllık cirosu 19 milyar dolar, Time Warner'inki 17,7 milyar, Bertelsmann'inki 13,7 milyar, News Corporation (Murdoch)'inki 10 milyar, Havas'inki 9 milyar.

Bu firmaların arasından birkaçı üzerinde ayrı bilgi verilebilir:

1997'de dünyanın en büyük yayınevini elinde bulandıran Bertelsmann iletişimde dünyanın üçüncüsü, Avrupa'da da audiovisuel alanda birinci duruma geldi. Bunu üç operasyonla gerçekleştirdi:

İlk operasyon UFA filmcilik firmasının CLT (Lüksemburg Radyo-Televiz-

yonu) ile birleşmesiydi. İkinci operasyon Deutsche Telekom ve Kirch'le anlaşması oldu. Üçüncü operasyon da AOL adlı firmanın satın alınmasıyla gerçekleşti.

Yıllık cirosu 2000 yılında 100 milyon frank (16,5 milyar dolar) olacak olan Bertelsmann grubu bu cironun % 45'ini elektronik medyadan sağlayacak.

Murdoch Grubu: Avustralya basını ele geçirdikten sonra İngiltere'ye yönelen Rupert Murdoch önce Time sonra da Sun gazetelerini ele geçirdi, daha sonra Harper-Collins yayınevine sahip oldu. Daha sonra televizyona el attı, Amerika'da geleneksel üç büyük TV şebekesinin yanında (ABC, NBC ve CBS) Fox TV şebekesini kurdu.

Japonya'da 1997'de Sony, Fuji TV ve Softbank'la anlaşarak J Sky B dijital kanalını yarattı.

Daha sonra Amerika'da uydu yayınlarını gerçekleştiren Prime Star'la anlaştı ve bu alanın en güçlü yayıncısı durumuna geldi.

Havas: 1834'te ilk haber ajansı olarak kurulan Havas, ikinci Dünya Savaşı sırasında Almanlarla işbirliği yaptığı için haber ajansı olarak çalışma yetkisini yitirdi ve yayıncılık alanına yöneldi. Fransa'nın büyük yayınevlerinden Nathan'ı, Cité grubunu ve Expavision grubunu satın aldı. 1984'te Canal+'ı ve CLT'yi ele geçirek audiovisuel alana girdi. American Express ve Maeva turizm örgütünü satın aldı. Sonra da Fransa'nın en ünlü iletişim firmalarından biri oldu.

Disney grubu: 90'lı yılların başlarında ABC / Cap Cities'i satın aldı. Etkinliklerini tüm dünyaya tanıttı. Globalleşmenin en önemli örneklerinden birini yarattı.

İletişim firmalarının bu inanılmaz gelişmesi iletişimde globalleşmeyi simgeliyor.

Kaynak: René Ouchimont, Nathalie Aeschitzky, "Modernisation et l'industrie de l'information," Medias Poivres, 1998, No 2.

İletişim eğitiminde gündemden düşmeyen konu:

Kamu yararı

■ Nurçay Türkoğlu

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en büyük iletişim eğitimi örgütü AEJMC bu yıl 3-9 Ağustos tarihlerinde Baltimore'da toplandı. Bu yılın toplantı konusu esas olarak "Kamu Yararı" idi.

AEJMC nedir?

AEJMC (Association for Education in Journalism and Mass Communication= Gazetecilik ve Kitle İletişimi Eğitimi Birliği) başlangıçta ABD üniversitelerinde gazetecilik eğitimini geliştirmek üzere bir grup profesör tarafından 1912 yılında Şikago'da kuruldu. O zamanki adı Amerikan Gazetecilik Öğretmenleri Birliği (American Association of Teachers of Journalism) idi. 1950 yılında adındaki "Amerikan" kaldırıldı, öğretmenler yerine "Eğitim" tercih edildi, 1982 yılında ise bugünkü adını alarak dışa açık bir eğilim göstermeye başladı.

Bugün dünyanın pek çok yerinden gelen yeni katılımcılarıyla (3.300'den fazla üyesi var), gazeteciliğin yanı sıra kitle iletişimini de kapsayarak alanını geliştirmeye çalışan bir örgüt. AEJMC her şeyden önce bir iletişim eğitimi örgütü, bunun için de üyeleri eğitimciler, uzmanlar ve öğrenciler.

Toplam 16 ana bölüm ve çeşitli özel gruplardan oluşuyor. Ana bölümler şunlar: Reklamcılık, İletişim Teknolojisi ve Politikaları, İletişim Teorileri ve Metodoloji, Tarih, Uluslararası İletişim, Hukuk, Dergi, Kitle İletişimi ve Toplum, Medya İşletmeciliği ve Ekonomi, Azınlıklar ve İletişim, Gazete, Halkla İlişkiler, Kalitatif Çalışmalar, Radyo-Televizyon Gazetecili-

ği, Okul Gazeteciliği, Görsel İletişim. Özel gruplar ise; Halk Gazeteciliği, Yüksek Eğitim, Staj ve Kariyer Geliştirme, Kitle İletişimi Bibliyografacıları, Medya ve Engelliler (Disability), Medya Etiği, Din ve Medya, Bilim ve İletişim, Küçük Programlar Grubu.

Bölümlerin kendi yayınlarının yanı sıra AEJMC, 75 yıldır iletişim araştırmalarını içeren bir meslek dergisi olarak bilinen Journalism and Mass Communication Quarterly dergisini de yayınlamaktadır.

Örgüt hakkında daha geniş bilgi almak isteyenler için AEJMC'nin İnternet web sayfası; <www.aejmc.sc.edu>.

Yönetim Kurulunun ve üyelerinin çoğu Amerikalı ve yerleşik Amerikan değerlerini koruma eğiliminde olduğu için bizim gibi Türkiye veya Avrupa'dan gelen üyelerin başlangıçta açıkça yabancılaşma çekecekleri bu kuruluşun yine de (bu toplantıda gördüğümüz gibi) hoş ve öğretici tarafları var. Örgüt içindeki bölümlerden örneğin, Kalitatif Çalışmalar Bölümü, sosyal bilimlerde sayısal çalışmaların egemenliğine açıkça karşı ve kitle iletişiminde disiplinler arası, hümanistik ve evrensel araştırmaları destekliyor. Edebiyat ve felsefe çözümlenmeleri ile ilgilenenler, eleştirel ve kültürel çalışmalarını tercih edenler burada toplanmış. Ağustos toplantısında

da bu bölüm, Alman asıllı ve eleştirel çalışmalarıyla ülkemizde de tanınan Iowa Üniversitesi öğretim üyesi profesör Hanno Hardt'a "Mesleki Özgürlük ve Sorumluluk" ödülü verdi.

AEJMC'nin Ağustos 1998 toplantısında bölümler kendi tanıtımlarını yapmak üzere yoğun bir çalışma içindeydi. Seminerler, konferanslar, paneller, araştırma posterleri ve sergiler bir kaç güne sıkıştırıldığı için Baltimore'un çekici limanını ancak Hyatt Regency otelinin cam asansöründen inip çıkarken seyretmek zorunda kaldık.

"İletişimde 'Kamu Yararı' - Hangi Kamular ve Kimin Yararı" ana başlığı daha çok, günümüz gazeteciliğinde "kamu yararı" deyince ne anlaşılmalı? sorusu çerçevesinde ele alındı. Toplantıdaki bazı ilginç başlıklar şunlardı: Dünyada Kadın: Gazeteci Kadınların Statüleri ve Portreleri; Gazetecilik Standartlarının Belirlenmesinde Profesyonellerin İnisiyatifleri; Kamu Yararı ve Sansür; Endüstri Konuşuyor: Staj Olanakları; Kuramsal bir Başlangıç Dersi Neleri Kapsamalıdır?; Araştırmada Etik Uygulamaları; Bilim ve Teknolojiyi Görselleştirmek; İrk ve Cinsiyet Konuları Nasıl Öğretilmeli?; Dijital Çağda Gazeteci diye Kime Denir?; Reklam ve Halkla İlişkilerde Tarihsel ve Kültürel Çalışmaların Konumu; 21 Yüzyılda Uluslararası Haber-cilerin Mesleki Sorumlulukları ve Karşılaşacakları Güçlükler; Haberde Hangi Cemaatler Var?; Değişen Yüzler, Değişen Alanlar: Gerçek ve Sanal Alanlarda Sanat Etkinlikleri; Teknolojiye Dayanmak: Sınıfta Etkili Uygulamalar.

FİDA

SİNEMA İÇİN İZLEYİCİ
ARAŞTIRMALARI YAPAR

Basın özgürlüğü kimin özgürlüğü?

■ Bruce Hanlin

Gazete sahipleri her zaman, ayrıntılarda farklılıklar olsa bile genel politikalarını paylaşan, en azından kabul eden bir editörle anlaşarak kendi konularını sağlama almaya çalışırlar. İdeal olarak editörün görevi de, bu genel politikanın takip edilmesini temin etmektir. Bu arada gazetecilerden kendi ilkeleriyle ve gerçekler hakkında bildikleriyle çelişkiye düşecek şeyler yazmalarını istememesi gerekir. Uygulamada "editöryal bağımsızlık" genellikle patron tarafından belirlenen siyasi düzen veya temel meseleler hakkında stratejik kararlar alma konusuyla değil, günlük stil, içerik ve editörya bütçesi konularıyla sınırlıdır.

Bunun yanı sıra, satış savaşı ne kadar şiddetli olursa, editörler üzerindeki ticari baskı da o kadar artacak; gerçeklik, geçerlilik ve etik açıdan kabul edilebilirlik konularındaki gazetecilik standartları zarar görecektir. Pazarlamacılıkla ilgili ticari kararlar ve

yayıncının sorumluluğu, kolaylıkla editöryanın gereklerinin önüne geçecektir. Gazetenin prestiji veya satış oranı ne kadar yüksek olursa, Maxwell'in Daily Mirror'ı gördüğü gibi, gazetenin sahibi için "megafon" olma cazibesi de o kadar artacaktır.

Patronla yaşanan gergin ilişkiler editöre bu kadar sıkıntı çektiğine göre, kadrolu sıradan gazetecilerin normal koşullarda bile gazetenin siyasi veya etik temelleri konusundaki gidişatına meydan okuma şansları genellikle pek yoktur. Haber odasının normal işleyişi içinde, özellikle popüler basında, muhabirlerden gelen haberler, yazı işleri müdürleri veya "arka sıralardaki" yönetici editörler tarafından sıraya konup yeniden yazıldıktan sonra yayınlanır. Siyasi sivrilikler törpülenir, yeni "gerçekler" katılır ve haberin açısı inceliklerle değiştirilir. Hatta bundan önce de, kullanılacak hikâyelerin seçilmesi ve bunların hangi gazeteciler tarafından işleneceği, patronun kararlaştırdığı siyasi çizgi veya editö-

rün belirlediği sunum biçimi tarafından belirlenecektir. Bütün bunlar doğrudan yönergelere gerek kalmadan sağlanır.

Eğer sorun çıkarsa ve editörle tartışılarak çözümlenemezse, muhabirin yalnızca iki seçeneği vardır; istifa etmek ya da basılan habere imzasını atmamak. İstifa etmek kuşkusuz başvurulacak en son şeydir. Dayanılmayacak kadar kışkırtılmazlarsa çalışanların kendilerini korumak ve güvence altına almak üzere izleyebilecekleri tek yol statükoyu pragmatik olarak kabul etmektir. Bir gazetenin çıkartılması, müthiş baskılar altında oynanan bir takım oyunudur. Bu koşullar altında "profesyonellik" kolaylıkla yerini daha soyut "ilkelere" bırakabilir. (çev. N. T.)

Kaynak: Ethical Issues in Journalism and the Media, der. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick Routledge / 1994. Kitabın Türkçesi Gazetecilik ve Medyada Etik adı altında önümüzdeki aylarda Ayrıntı yayınları tarafından piyasaya çıkartılacaktır.

Modern Toplumda Mahremiyet ve Aleniyet

■ Andrew Belsey

Özel yaşamın gizliliği anlamında ele aldığımız mahremiyetin değeri uluslararası yasa ve anlaşmalarla tanınmıştır. 1948'deki İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'nin 12. Maddesinde belirtildiği gibi: "Hiç kimsenin mahremiyetine, ailesine, evine veya haberleşmesine keyfi müdahalelerde bulunulamaz, onuruna ve namına saldırıda bulunulamaz. Herkesin bu tür müdahale ve saldırılar karşısında yasal korunma hakkı vardır."

Bu madde tarafından sağlanan korunma, son yıllarda kişisel hakların tehdit edildiği birbiri içine geçmiş üç alanda ele alınmaktadır:

1. Telefon dinlemek veya gizli mikrofon yerleştirmek gibi yasal olmayan ya da meşru olmayan yollarla insanlar hakkında gizli dosyalar oluşturmayı da içeren, özel ya da (daha çok) devletin güvenlik örgütleri tara-

findan gözetim altında tutmak.

2. Mali işler, vergiler, sosyal güvenlik bilgileri, tıbbi kayıtlar, ceza kayıtları gibi genellikle bilgisayar dosyalarında bulunan özel ve gizli bilgilere izin verilmeden girmek.

3. Basın tarafından mahremiyetin tecavüze uğraması. İlk olarak muhabirlerin birisinin kişisel yaşamına ve özel yaşam alanına fiziksel olarak girmesi. İkincisi, bu kişinin ismini, resmini ve haberini ekranlarda ve renkli basın sayfalarında genellikle elden geldiğince duyarsızlık ve bağımsızlıkta yayınlamak. (çev. N. T.)

Kaynak: Ethical Issues in Journalism and the Media, der. Andrew Belsey ve Ruth Chadwick Routledge / 1994. Kitabın Türkçesi Gazetecilik ve Medyada Etik adı altında önümüzdeki aylarda Ayrıntı yayınları tarafından piyasaya çıkartılacaktır.

Dünya'nın önde gelen iletişim araştırmacıları Glasgow'da toplandı

IAMCR Konferansı

■ Ayseli USLUATA

Uluslararası İletişim Araştırmaları Derneği (IAMCR—International Association for Media and Communication Research) 21. Bilimsel Konferansını ve Genel Kurul Toplantısını Strathclyde Üniversitesi'nde, Glasgow, İskoçya'da 26-30 Temmuz 1998 tarihleri arasında gerçekleştirdi.

Derneğin Başkanlığını Washington Üniversitesi'nden Prof. Hamid Mowlana'dan Prof. Manuel Pares I Maticas (İspanya) devraldı ve böylece başkanlık Amerika Birleşik Devletleri'nden yeniden Avrupa'ya döndü. Konferansa dört gün boyunca tüm dünyadan 500'e yakın katılımcı bildiriler sundu ve kendi ilgi alanlarındaki oturumlara, değişik çalışma gruplarına katıldı. Oturumlar İletişim Teknolojisi; Dakümantasyon ve Enformasyon Sistemleri; Cinsiyet ve İletişim; Tarih; Uluslararası İletişim; Hukuk; Yerel Radyo ve Televizyonlar; Medya Eğitimi Araştırmaları; Katılımcı İletişim Araştırmaları; Politik İletişim Araştırmaları; Politik Ekonomi; Profesyonel Eğitim; Sosyoloji ve Sosyal Psikoloji; Komik Sanat Çalışma Grubu; Medya ve Popüler Kültür; Medya, Din ve Kültür ve benzer ana başlıklar altında sürdürüldü.

Değişik Ülkelerde Üniversitelerdeki Gazetecilik/İletişim Eğitimi

Profesyonel eğitim oturumlarında sunulan üniversitelerdeki gazetecilik/iletişim eğitim programlarının değerlendirilmesine yönelik bildiriler katılımcılara karşılaştırma yapma olanağını sağladı. Değişik ülkelerin yükseköğretim derecesi veren kurumlarındaki gazetecilik ve kitle iletişimi eğitimi irdelenirken genelde egemen olan Kuzey Amerika eğitim modelinin ve eğitim değerlendirme-

sinin değişik ülkelerde nasıl uygulanabileceği ve her ülkede ortaya çıkan gazetecilik/iletişim eğitime ilişkin sorunlar araştırıldı. İletişim eğitime ilişkin bildirimler Güney Avrupa'dan Portekiz, İspanya, İtalya ve Türkiye'yi; Güney-Doğu Asya'dan Malezya, Endonezya, Filipin, ve Tayland'ı; Kuzey Amerika'dan A.B.D. ve Kanada'yı kapsıyordu. Sonuç olarak yükseköğretimde gazetecilik adı altında başlayan sonra iletişim adını alan eğitiminin genelde çok genç ve ülkenin siyasal, ekonomik durumu ile, özellikle de iletişim sanayii ile, ilişkili olduğu; karşılaştırıldığında tüm ülkelerde bu eğitime ilginin 1970'li yıllarda arttığı saptanıyor. 1990'lı yıllarda hızlı bir gelişme içine giren iletişim okulları/ bölümleri/ fakülteleri televizyon, halkla ilişkiler ve reklamcılık türünde yeni programları da kapsamlarına almaya başlıyorlar.

Tarihsel açıdan Güney Avrupa'da bu eğitime ilginin çok yeni oluşu; Türkiye'nin ise bu konuda öncülüğü; nicelik açısından, Güney Doğu Asya'da Filipin (103) ile Hindistan'ın Asya'daki en eski ve bugün de en çok sayıda iletişim programlarının olması oldukça şaşırtıcı ve ilginç. Sayılar arttıkça eğitimin niteliği sorgulanmaya başlıyor; nitelik, en yaygın akademik ağırlıklı eğitim programları sunan Amerika Birleşik Devletleri artık daha çok eğitimin kalitesi ile ilgileniyor; eğitimciler, ticari kuruluşlar ve basın sürekli program değerlendirmeleri yapıyor.

İki dilli eğitim yapan, Amerika televizyonlarını izleyen ve gazete dergilerini okuyan Kanada'da eğitimi benzer süreçleri geriden izliyor; yalnız orada iletişim ağırlıklı eğitimin geçmişi gazetecilikten daha eski, kaliteyi denetleme görevini de devlet üstleniyor. İktidardakilerin ço-

ğunluk gazetecilerin eğitilmesini, araştırma yapmalarını istememeleri, basın işverenleri ile sendikaların da işe alıştırma diplomasını önemsememesi eğitimin gelişmesinin en büyük engeli olarak ortaya çıkıyor. Bugün ise eğitimin başlıca sorunları arasında en önemlisinin yeterince nitelikli öğretim elemanının bulunamayışı—yarı-zamanlı elemanların ya da profesyonellerin gerekli zamanı ayıramayışları, bundan ötürü de verimsiz oluşları; ders kitaplarının azlığı ve İngilizce oluşu sayılıyor. Kısaca özetlenirse, Batı ekonomilerinde inanılmaz bir hızla büyüyen, politik ve sosyal yaşamın odak noktasını oluşturan, oluşturmada da süre gidecek bir sektör olarak iletişimin eğitimindeki sorunların son bir yüzyıl içinde pek değişmediği görülmüyor.

Bildirilerin ışığında 10 ülkeye baktığımızda çok kısa notlarla üniversitelerdeki eğitim programlarına göz atalım.

Güney Avrupa:

Portekiz'de iletişim eğitiminin geçmişi olmaması otoriter rejime bağlanıyor. 1970-1973'deki çalışmaların ardından ilk akademik medya programı hazırlanmış; ilk üniversite dersi 1979'da açılmış; lisans programı ise 1991 yılında başlamış ve bugün ülkede gazetecilikle ilgili 30 yükseköğretim programı bulunuyor. İspanya'da da kurumlar siyasete bağımlı. 1971'de ilk gazetecilik okulu kurulmuş; okul 1981'de üniversitenin bir parçası olmuş; ancak, bu alandaki araştırma yeterli olmadığı; öğretim elemanı sayısının da oldukça az olduğu belirtiliyor.

İtalya'da gazetecilerin toplumdaki amaçlarının, profesyonel işlevlerinin açıklık kazanmış olmaması, mesleğin yapısına bağlı bu belirsizliğin eğitime yansımaları; ayrıca, iş almalarında sendikanın etkili olması

"Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun'da değişiklik tasarıları ışığında:

RTÜK'ün yapısı

■ Prof. Dr. Mesut Önen (*)

Basın Konseyi'nin aylık bülteni Özgür Basın'ın Şubat-Mart 1998 sayısının 12'nci sayfasında şunları okuyoruz: "Basın Konseyi, saat doğmuş olduğu daha yürürlüğe girdiği ilk gündən itibaren bilinen 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları hakkındaki yasanın günümüz ihtiyaçlarına uyacak şekilde değiştirilmesi amacıyla başta Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi olmak üzere İstanbul Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakülteleri dekan ve uzmanlarının desteğiyle 1 yıl süren bir çalışma yaparak 3984 sayılı yasanın değiştirilmesini öngören bir yasa taslağı hazırladı ve 55'inci hükümet adına Adalet Bakanı Oltan Sungurlu'ya sunuldu. Ancak Sayın Bakan, bu taslağı göstermelik bir toplantıda ilgililerle görüşürmüş gibi yapmakla yetindi. Onun yerine, kendi bakanlığının hazırlamadığı üstelik ciddi hiç bir düzeltme getirmeyen bir taslağı hükümet tasarı olarak TBMM'ne sundu."

Tasarı çalışmalarına Basın Konseyi'nin bülteninde belirtilmeyen Ege Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, bir ara Ankara Üniversitesi İletişim Fakülteleri, TRT, Kanal D, Show TV ve Samanyolu TV de katılmıştı. Böyle ortak bir çalışma ürünü olan söz konusu tasarı, mevcut yasanın bir çok maddesinde değişiklikler önermekteydi.

Tasarının genel gerekçe bölümünde şöyle bir ifade de yer almaktaydı: "Yasa'nın [3984 sayılı mevcut yasanın] çıkarılmasındaki amaç, mevcut olan yasal boşluğu doldurmak, Yasa koyucularda, yasal boşluk yerine eksik ve yanlış yönleri de olsa bir yasanın mevcudiyetinin tercih edilmesi gerektiği fikri hakimdi. Bu anlayış ve düşüncelerle çıkarılan yasa, ihtiyaçları karşılamaktan çok uzak kaldı ve içerik itibarıyla bir çok eksiklikleri olduğu yolundaki eleştiriler bugüne kadar devam etti."

Mevcut 3984 sayılı yasanın tasarı metni, Temmuz 1993'te TBMM'ne sunulmuştu. O zaman radyo-TV faaliyetiyle ilgilenenler ortak bir Çalışma Komitesi oluşturmuşlar, tasarıyı TBMM'nde kabul edildiği 13 Nisan 1994 tarihine kadar, radyo-TV ilgilileri durmadan girişimlerde bulunmuşlardı; ülkenin ana önemde konularından biri olan radyo-TV yayınları alanında yanlış bir adım atılmasını önlemeye

çalışıyorlardı. Çalışma Komitesi üyeleri, hazırladıkları "Tasarıya Değişiklikler Önerileri"ni siyasal parti grubu temsilcilerine de götürmüşlerdi, toplu görüşmeler yapmışlardı.

Sayın Oltan Sungurlu, o zamanki Siyasal Parti Gruplarının Çalışma Komitesi ile yaptığı ortak toplantılarında şöyle demişti: "Tasarı kötü de olsa böyle geçecektir; kötü yasa, yasadışıktan iyidir."

Ve tasarı, hiç bir değişiklik önerisi dikkate alınmadan yasalaştı; zira düşünceme göre, Anayasanın 133'üncü maddesindeki "devlet tekelinin kaldırılması"nda siyasal partiler arasında oluşturulmuş bulunan uzlaşma, yasada da korunmuştu.

Aradan geçen sürede özellikle RTÜK uygulamalarından sonra, Üniversiteler uzmanlarının ve basın mensuplarının getirdikleri değişiklik önerileri karşısında da siyasal iktidarın düşünce biçimi, tutumu, kanımca aynı kalmıştır: "Mevcut yasa kötü de olsa uygulanacaktır; temel değişiklikler yerine ancak, yasanın ötesine, berisine biraz dokunulabilir". Zira Hükümet, TBMM'ne yan-değişiklik önerileri getirmeyi yeterli görmekteydi.

Burada, (zamanın) Adalet Bakanı Sayın Sungurlu'ya da sunulan "Basın Konseyi-Üniversiteler Tasarı"nın, sadece bir "temel değişiklik önerisi"ne; RTÜK'ün yapısında önerilen değişikliğe değinmekle yetinmek durumundayım. Tasarıda RTÜK, iki "kurul"dan oluşturulmakta, "Radyo ve Televizyon Yüksek Kurumu" adını almaktadır. RTÜK'ün bir "Genel Kurul"u ve onun tarafından seçilen "Yürütme Kurulu" vardır.

RTYK Genel Kurulu'na Cumhurbaşkanı 4 üye, Hükümet 4, TBMM'nde grubu bulunan siyasal partiler 1'er, Diyanet Başkanlığı 1, İletişim Fakülteleri 3, Güzel Sanatlar Fakülteleri ve Konservatuarlar 3, Genelkurmay Başkanlığı 1, Atatürk Kültür Dil ve Tarih Kurumu 1, Basın Konseyi 1, Gazeteciler Cemiyetleri 1, Televizyon Kuruluşları 2, Radyo Kuruluşları 1, Sine-ma-Tiyatro-Müzik Sektörü 1, Reklamcılar 1, Reklamverenler 1, İşçi Sendikaları 1, İşveren Sendikaları 1, Türkiye Barolar Birliği 1, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği 1, Ulaştırma Bakanlığı Telsiz Genel Müdürlüğü 1 üye gönderiyor.

Genel Kurul, kendi üyeleri arasından, aynı alandan ikiden fazla üye olmamak koşulu ile,

9 kişilik Yürütme Kurulu'nu seçiyor.

Şimdiki RTÜK'ün görev ve yetkilerini, Genel Kurul'un denetiminde, Yürütme Kurulu üstlenmektedir.

RTÜK'ün yapısına getirilen bu iki kurulu değişikliğin gerekçesinde de belirtildiği gibi "3984 sayılı Yasa, dokuz kişiden oluşan üst kurul üyelerinin 5'inin iktidar partisi veya partilerinin, 4'ünün muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından TBMM'nce seçileceğini belirtmektedir. Bilindiği gibi, o dönemde yapılan seçim sonucunda yalnızca DYP ve ANAP'ın adayları seçilebilmiş ve Meclis içinde bile çoğulculuk ilkesi zedelenmişti. Oysa radyo ve televizyon yayıncılığı gibi tüm toplumu ilgilendiren bir konuda karar verici organlarda sivil toplum örgütleri ve üniversitelerin temsil edilmeleri gerekliliği hiç dikkate alınmamıştı. Bu sakıncaları önleyen bir RTÜK yapısı modeli, özel radyo ve televizyon yayıncılığını serbest bırakan Anayasa'nın 133. Maddesinin ruhuna bu model daha uygun düşerdi. Bu nedenle, RTÜK'ün oluşum biçimi yukarıda belirtilen ikili yapı içerisinde, katılımcı ve özerk bir yapıda yeniden düzenlenmek istenmiştir".

Düşünceme göre, Basın Konseyi-Üniversiteler Tasarısında RTÜK, siyasal bir "kurul" olmaktan çıkarılıyor, siyasal partileri ve siyasal iktidarı da ihmal etmeden, ilgililerden, uzmanlardan oluşan bir "kurum" haline getiriliyor. Tasarının diğer değişiklik önerileri dikkate alınmasa da, böyle bir yapıya sahip RTYK'nun uygulamaları ile, "kötü kanun"dan bile "iyi" sonuçlar alınabilecektir.

Ama görüyoruz ki Hükümet, TBMM'ne, kötü olduğunu bildiği yasanın, sadece orasına burasına dokunan başka bir tasarı göndermiştir: gerekli temel değişiklik önerilerini dikkate almamıştır.

Buna rağmen şimdi hiç olmazsa temenni edilir ki, Sayın Adalet Bakanları Sayın Sungurlu'nun yapmadığını yapar, bakanlığa vaktinde sunulan, Basın Konseyi-Üniversiteler Tasarısı'nı kamuoyuna açıklar, Tasarıyı getirdiği değişiklik önerileri, özellikle RTÜK'ün yapısındaki değişiklik önerileri, eleştirilere, görüşlere tartışılmasına sunulur.

(*) İstanbul Üniversitesi emekli öğretim üyesi, Basın Konseyi Yüksek Kurulu Üyesi

Kültür Politikaları Sempozyumu

İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı himayesinde geçen yıl kurulan Kültür Girişimi, 26-28 Ekim'de Kültür Politikaları Sempozyumu adı altında uluslararası bir toplantı düzenlemektedir. İsveç ve Mısır kültür bakanlarıyla ünlü romancı Jean d'Ormesson, Nadine Gordimer ve Amin Maalouf'un çağrıldığı sempozyumun programı şöyledir:

26 Ekim 1998, Pazartesi

10:00-12:30 Açılış, Sempozyum Başkanı: Şakir Eczacıbaşı

14:00-17:30 Birinci Oturum

Stockholm'de 2 Nisan 1998'de yapılan Kültür Politikaları Konferansının Önerilerinin Değerlendirilmesi

A. Devlete Yönelik Öneriler:

- 1.Kültür Politikalarının Kalkınma Stratejisinde Yer Alması- Prof. Dr. Emre Kongar.
- 2.Yaratıcılığı ve Kültürel Yaşama Katılımı Kolaylaştırma- Ercan Karataş (Eski Kültür Bakanı).
- 3.Kültür Varlığını Koruyacak ve Değerlendirecek Politika ve Uygulamalar (dış dünyada). Nevzat İlhan.
- 4.Bilgi Toplumu İçinde Kültür ve Dil Çeşitliliğini Geliştirmek- Prof. Dr. Tahsin Yücel.
- 5.Kültürel Gelişmeye Daha Çok İnsan ve Finans Kaynakları Ayırmak- Dr. Necat Erder.

B. Sivil Toplum Örgütlerine Yönelik Öneriler

Kültür Politikalarının Oluşturulmasına ve Uygulanmasına Devletin Yanı Sıra Sivil Toplum Örgütlerinin Katılımı- Doğan Hızlan.

27 Ekim 1998, Salı

9:30-12:30 İkinci Oturum. Oturum Başkan Ioanna Kuçuradı

1. Avrupa Konseyi Ülkelerinde Kültür Politikaları- Raymond Weber, Avrupa Konseyi Eğitim, Kültür ve Spor Bölümü Müdürü, Strasburg.
- 2.Devletlerin Kültür Politikalarının Yeniden Oluşturulması- Jacques Rigaud, Lüksemburg Radyo ve Televizyon Genel Müdürü, Unesco eski Genel Müdür Yardımcısı.
- 3.Kültürel Haklar- Pulat Tacar, Emekli Büyükelçi, Unesco'da eski Daimi Delege.
4. Atatürk Devrimlerinin Kültürel Etkileri- Prof. Dr. Şerafettin Turan.

14:00-17:30 Üçüncü Oturum. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Ekmeleddin İhsanoğlu

1. Siyasal İslamın Yükselişinin Kültürel Etkileri: Prof. Dr. Hüseyin Hatemi, Prof. Dr. Bozkurt Güvenç, Prof. Dr. Niyazi Öktem.
2. Kadınların Kültür Hakları- Prof. Dr. Aysel Çelikel.

28 Ekim 1998, Çarşamba

9:30-12:30 Dördüncü Oturum. Oturum Başkanı: Prof. Dr. Metin Sözen

- 1.Yeni Teknolojilerin, Bilişimin ve İnternet'in Kültürel Etkileri- Prof. Dr. Mehmet Kesim, Anadolu Üniversitesi.
- 2.Kitle İletişim Araçlarının Etkileri- Haluk Şahin.
- 3.Arkeolojik Sitlerin Sorunları ve Korunması- Prof. Dr. Ufuk Esin.
- 4.Kültürel ve Doğal Varlıkların Yağmalanması- Oktay Ekinci, Y.Mimar, Yazar.

14:00-16:30 Beşinci Oturum. Oturum Başkanı: Stefan Yerasimos.

- 1.Globalleşme İçinde Kültür- Hıfzı Topuz.
- 2.Yazarların ve Sanatçıların Kültüre Katkıları: Atıl Behramoğlu, Yazarlar Sendikası Başkanı; Prof. Dr. Hüsamettin Koçan, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dekanı; Zülfü Livaneli, Unesco İyiniyet Elçisi, Sanatçı; Nedim Gürsel, Yazar.
- 3.2000'li Yıllarda Dünyada ve Türkiye'de Kültürel Yaklaşımlar- Prof. Dr. Talat Halman.

16:30-17:30 Kapanış Oturumu ve Öneriler.

Oturum Başkanı: Şakir Eczacıbaşı

Sempozyum Koordinatörü: Hıfzı Topuz.

Üniversitelilerin İLAD'dan beklentileri

■ Dr. Nejla Polat

1989 yılında kurulan İletişim Araştırmaları Derneği'nin (İLAD) amacı iletişim konusunda araştırmalar yapmak, yapılan araştırmaları desteklemek, Türkiye'nin uluslararası iletişim araştırmacıları ve kurumları ile ilişkilerini geliştirmek, iletişim konusunda yurtta ve dünyadaki gelişmeleri izlemek ve iletişim araştırmalarının araştırmacılara ulaşmasına katkıda bulunmaktır. İLAD amacı doğrultusunda bugüne kadar bir çok faaliyeti gerçekleştirmiştir. İleriye dönük yeni çalışmalar yapmak amacıyla hedef kitlenin de görüşlerini ve önerilerini aldık. İstanbul Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Bilgi Üniversitesi ve Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültelerinde 30 kadar akademisyenle görüşerek İLAD'ı tanıyıp tanımadıklarını ve İLAD'dan beklentilerini öğrenmeye çalıştık. Yapılan görüşmelerin sonucunda akademisyenlerin % 60'ının İLAD'ı tanıdığını, % 15'inin adını duyduğunu ama faaliyetleri hakkında bilgileri olmadığını, % 25'inin de hiç tanımadığını tespit ettik. Bu görüşmeler çerçevesinde akademisyenleri İLAD'dan beklentilerini önem sırasında göre şöyle sıralayabiliriz:

- İletişim alanında ulusal ve uluslararası sempozyumlar, paneller, kongreler düzenleyebilir.
- İletişim konusunda bilimsel araştırmalar yaparak yayınlarını arttırabilir.
- İletişimle ilgili yayınları içeren bilgi bankası kurup araştırmacıların yararına sunabilir.
- İletişim alanında projeler üretilip akademisyenlerin ve iletişimcilerin de bu projelerde yer alması sağlanabilir.
- İletişim alanında uluslararası bazda önemli kitapların tanıtımı ve çevirisi yapılabilir. Bu konuda akademisyenlerle işbirliği yapılabilir.
- İnternete girerek bir web sayfası oluşturabilir. Bilgi bankası ve bülten web

sayfasında yayınlatılarak ücret karşılığı araştırmacıların yararına sunulabilir.

- İletişim alanında uluslararası bazda bilimsel ve teknolojik gelişmeleri duyurabilir.
- İLAD'ın etkinliklerinin duyurusu daha sağlıklı yapılabilir.
- İletişim alanında yapılan konferanslarda sunulan tebliğlerin yayınlanmasını sağlayabilir.
- İletişim fakültelerinde hazırlanan iletişim alanına katkıda bulunacak tezlerin basımını sağlayabilir.
- İletişimle ilgili yeni araştırma projelerini destekleyerek onlara kaynak ayırabilir.
- Üyeleri ile sağlıklı iletişim kurarak üyelerin birbirini tanımasını sağlayabilir.
- İletişim alanında en etkili kurum ve kişilerle iletişim kurup çeşitli etkinlikler yapabilir.
- Aynı konuda araştırma yapan insanların bir araya toplayarak ortak çalışma yapmalarını sağlayabilir.
- RTÜK ile diğer ülkelerdeki eşdeğer kurumlar arasında karşılaştırmalar yapabilir.
- İletişim alanındaki örgütlenme çok dağınık. Aynı alandaki Basın Konseyi, Gazeteciler Cemiyeti, Gazeteciler Meclisi, Çağdaş Gazeteciler Derneği ayrı ayrı faaliyet gösteriyorlar. İLAD bunlar arasında koordinatör görevini üstlenebilir.
- Türkiye'deki iletişim fakülteleri arasında katalizör görevi yaparak bağ kurabilir.
- İLAD'ın yöneticileri akademik açılışlarda veya toplantılarda iletişim fakültelerine kendilerini tanıtabilirler.
- Televizyonların ve radyoların rating konusunun ve gazetelerin tirajlarının güvenilir bir kurum tarafından ölçümü için girişimde bulunabilir.
- Türkiye'de yayın yapan kitle iletişim araçları hakkında detaylı bilgi verebilir.

● İLAD akademisyenleri ve medya kuruluşlarında çalışan iletişimcileri bir araya getirecek toplantılar yapabilir.

- İletişim fakülteleri ile daha sıkı ilişki kurarak burada çalışan öğretim üyelerini, öğretim görevlilerini ve asistanları üye yapabilir.
- İletişim fakültelerindeki yüksek lisans ve doktora öğrencileri İLAD bünyesinde etkin bir şekilde toplanabilir.
- İLAD'ın bülteni çok yetersiz. Daha geniş kapsamlı bir dergi çıkarabilir. Derginin devamlılığını sağlayabilir.

● İLAD üyelerine tanıtıcı broşür, derneğin tüzüğü, üyelerin listesi, İLAD'ın roze-tinden oluşan bir dosya hazırlayıp gönderebilir.

● Maddi destek amacıyla kitle iletişim kurumlarından sponsorluk sağlayabilir.

● İLAD hedef kitesini tam olarak belirleyerek, onları bir araya toparlayacak iletişim gecesi, yemek toplantıları yapabilir. Buralarda açık arttırmalar yapılarak derneğe gelir sağlayabilir.

● İletişim fakültelerinde ve medya kuruluşlarında İLAD ile iletişim kuracak temsilciler seçebilir.

● Kurumlara, şirketlere projeler hazırlayıp elemanlarına ders vererek İLAD'a katkı payı sağlanabilir.

● Televizyon ve radyodaki kamu yararı göz önünde tutulmadan yapılan yayınlar konusuna eğilebilir.

● İLAD'ın araştırma yazıları İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisinde yayınlanabilir.

● İLAD, Halkla İlişkiler Derneği ile iletişim kurabilir.

Yukarıda belirtilen önerilerin bir çoğu yeni dönemde İLAD'ın önüne koyduğu hedeflerdir. Diğer önerileri de İLAD olarak olanaklar çerçevesinde değerlendireceğiz.

IAMCR Konferansı

■ 6. sayfadan devam

eğitimin gelişmesini engellemiş. Yükseköğretim kurumunda ilk gazetecilik programı Milano'da 1974'de açılmış ve pek çok tartışmalardan sonra 1988 yılında resmen tanınmış. 1992'de "tanınan" okullar dışında gazetecilik eğitimi veren özel kuruluşların diplomalarını üniversiteler kabul etmiyor ve bugün yalnızca 6 programın üniversite diploması tanınıyor. Bu arada, üniversitelerde iletişim bilimlerinin kurulması öneriliyor. Konuşmacı gazetecilik eğitiminin gelişmemesini yetersiz ve yüzeysel ders kitaplarına ve öğretim elemanı bulmakta sıkıntı çekilmesine bağlıyor, yarı-zamanlı ders veren gazetecilerin zamansızlıkları ve öğreticilik yeteneklerinin olmamasından yakınıyor.

Türkiye'de 1950'de İstanbul Üniversitesinde İktisat Fakültesine bağlı ilk gazetecilik okulu üniversite lisans diploması vermeğe başladı. Ankara'da 1965'de basın Yayın Yüksek Okulu Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgilere bağlı olarak açıldı; bunları İzmir'de 1968'de ve Eskişehir'de 1975'de açılan gazetecilik okulları izledi. Ancak gerçek yenilik 1990'larda lüm bölümlerin ya da yüksekokulların İletişim Fakültesine dönüşmesiyle gerçekleşti; bu arada yeni fakülteler de açıldı. 1996-97'de yeni kurulan 3 vakıf üniversitesinin iletişim fakülteleri ile Türkiye'de bugün 13 iletişim fakültesi bulunuyor.

Kuzey-Doğu Asya:

Endonezya'da basın sanayii gazetecilerin üniversite kökenli ve akademik olmalarından yana olmadıkları, kısa süreli kursların onlar için yeterli olduğu belirtiliyor. Bugün 6 kamu üniversitesinde, 31 özel üniversitede. Gazetecilik eğitimi veren bölümler bulunuyor-eğitimlerinde Hollanda etkisi sürmesine karşın gazetecilikte Amerikan kökenli öğretim elemanları ders veriyor.

Malezya'da 1970'de açılan ilk iletişim eğitimi lisans programı Amerika'nın denetiminde süre geliyor.

İletişim programında lisans ve lisansüstü eğitim veren 9 devlet üniversitesi ve 5 özel kolej var. İletişim sanayinin gelişmesi ve lisansüstü programların başlaması 1990'larda gerçekleşmiş.

Singapur'da ilk iletişim programı 1993'de Teknoloji Üniversitesinde başlamış. Altı yıllık geçmişine karşın yüksek lisans ve doktora programları da vermekte olan bu program uluslararası öğretim kadrosu ve öğrencileriyle bölgenin iletişim eğitimi merkezi olmayı amaçlıyor.

Filipinler'de Asya'nın ilk gazetecilik eğitim programını devlet üniversitesinde 1919 yılında üniversitenin görevlendirdiği bir Amerikalı kurmuş, ancak uzun sürmemiş. 1936'da açılan gazetecilik bölümü bugün Güney Doğu Asya'nın en eski üniversite programı olarak eğitimini sürdürüyor. 1998'de iletişim bölümlerinin/ okullarının sayısı 103'e ulaşan Filipinler'de eğitimde standartlaşmaya yönelik çalışmalar başlatılmış.

Kuzey Amerika:

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1870'lerde açılan gazetecilik eğitim programları 1920'lere dek İngilizce ve Filoloji bölümlerine bağlı kalmış. 1920ler ile 1940lar arasında büyük gelişmeler saptanmış—ayrı bölümler kurulmuş ya da programlar sosyal bilimlere kaydırılmış. 1944'de ilk araştırma bölümü açılmış ve doktora programları başlatılmış. Becker & Kosicki Raporuna göre (1997) Amerika Birleşik Devletleri'nde 1996 yılında 444 gazetecilik ve kitle iletişiminde derece veren program bulunuyor. Eğitimde akademik eğilim yaygın.

Kanada'da gazetecilik eğitimi İngiliz ve Amerikan etkisi altında daha yavaş gelişmiş. 1940'larda diploma vermeyen eğitim sürdürülmüş. Gazetelerin, televizyonların, radyo istasyonlarının azlığı nedeniyle 1970lerde yalnızca 3 üniversitede gazetecilik eğitimi veren program varmış. Bugün de 10 İngilizce

programı, 3 Fransızca programı, bunların yanı sıra da derece vermeyen meslek okulu programları var. 1980'li yıllarda Montreal'de üniversiteler ortak Fransızca programlarla iletişim doktorası derecesi veriyorlarmış. Carleton ilk İngilizce gazetecilik doktora öğrencilerini 1997'de kabul etmiş. Gazetecilik ile iletişim programlarını ayrı tutan ve iletişim bölümlerini daha önce açmış olan Kanada'da artık iki programın birlikte yürüyeceği öngörülüyor.

Profesyonel Eğitim oturumlarının birisi de "Medyanın Normatif Teorileri" üzerine bir panele ayrılmıştı. Basının Dört Kuramını yeniden ele alan dünyanın önde gelen iletişim profesörleri (C. Christians, D. McQuail, K. Nordenstreng, ve R. White) eski paradigmaların yerine yeni düşünce yolları ya da bir bakıma yeni kuramlar önerme projelerini açıkladılar ve bu önerileri destekleyenler ile karşı çıkanlar gün boyu tartıştılar.

Kaynakça:

- Becker, B. L. & G.M. Kosicki. (1998). "Evaluating Journalism & Mass Communication Education: Are US Efforts Applicable Globally?" Bildiri IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Idris, N. (1998). "Journalism and Mass Communication Education in Indonesia." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Johansen, P.; Weaver, D.H.; & C. Doman. (1998). "Journalism Education in the United States and Canada: Not Merely Clone." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Mancini, P. (1998). "Between Literary Roots and Partisanship: Journalism Education in Italy." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Maslog, C. (1998). "Professional Education and Nationality: An End or A Beginning? The View from the Philippines." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Pinto, M. & H. Sousa. (1998). "Journalism Education at Universities and Journalism Schools in Portugal." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Rahim, S. (1998)ç. "Contextualising the ACEJMC's Criteria: The Case for Communication Education in Malaysia." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Usluata, A. (1998). "Increasing Number of Communication faculties demand educators in Turkey: Who should qualify to educate?" IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.
- Vaz, A. & C. Barrera. (1998) "The Spanish Case: a recent academic tradition." IAMCR, Glasgow, 24-30 Temmuz.

Senin reytingin kaç?

■ Dr. Alaeddin Asna

Reyting'le yatıp reyting'le kalkıyoruz. Benim reytingim seninkine beş basar! Benim haberlerim seninkinden çok dinleniyor! Benim televolem seninkini döver! Türk filmlerim de öyle!... En aşşağılık programlar bendel! Beğenmiyorsan reyting listelerine bak! Herkes birbirini kandırıyor. Kanallar ajansları, ajanslar müşterilerini, müşteri firmalar da halkı. Şunu demek istiyorlar: Düzeyli program yaparsak reyting alamıyoruz. Yani halk istemiyor! Halk ne istiyor? Aşşağılık programları! Reytingler böyle diyor. Halkı bu kadar küçük düşürücü, bu kadar hor görücü bir iddianın, Hotantu kabilesinde bile eşine rastlanmayacak bir yalanın dayanağı olarak da rating bulguları gösteriliyor.

İşin kötüsü, halkın büyük çoğunluğu da (okumuş yazmışlar dahil) bu iftiraya inanıyor. Rating denilen ölçüm sistemi; TV alıcılarının yanına konan aletlere, izlediğiniz kanalla ilgili düğmeye basarak verdiğiniz bilgiyle kayıt yapma işlemidir. Günün herhangi bir saatinde o TV alıcısında hangi programın izlendiğini gösterir.

Örneğin, milyonu aşkın hane bulunan İstanbul'da her eve bu aletten bir tane koyarsanız İstanbulluların rating ölçümünü kesin olarak belirlersiniz. Eğer aletlerin konulduğu haneler, o ev halkının sosyo ekonomik özelliklerini gösteren bilgilere göre sınıflandırılırsa mükemmel bir ölçümleme yapmış olursunuz.

İstanbul'da A, B+, B-, C, D vs. sosyo-ekonomik gruplardaki insanlar arasında program izleme oranları böylece doğru olarak ortaya çıkar.

Tabii ki böyle bir istatistik maddi olarak mümkün değildir. Hem bütçe, hem de uygulama açısından mümkün değildir. Her araştırma, toplumun genel niteliklerini gösteren örnekler üzerinde yapılır. Her ülkede, nüfusun küçük yüzdeleri içindeki örnekler belirlemek çalışılır. Türkiye'de TV rating ölçümleri de bu esasa göre yapılır.

Nüfusun sosyo ekonomik gruplarının oranına göre rating aracı konacak haneler belirlenir.

Örneğin eğer Türkiye'de nüfusun %3'ü A, %10'u B, %40'ı C, %47'si de D grubundaydı rating denegi olarak saptanan 1000 hane, bu oranlara göre seçilir. Yani örneğin

İstanbul'da seçilen 1000 evden 30'u Bebek, Nişantaşı gibi semtlerde, 100'ü Kadıköy, Şişli, Yeşilköy gibi semtlerde, 400'ü Fatih, Maltepe, Sarıyer gibi semtlerde, 470'i de varoşlardadır. Bu hanelerin son 470'i her gece, ondan önceki 400'ü de çoğu gece TV izlemektedir. Ondan önceki 100 hane TV'yi bazen açmakta, ilk 30 evde ise geceleri televizyon ya çocuklar ya da hizmetçiler tarafından izlenmekte, çünkü ev sahipleri genellikle dışarıda olmaktadır. Dolayısıyla ilk %3'ün de A değil, D sosyo-ekonomik grup mensuplarından oluştuğu söylenebilir.

Sınıf ayrımcılığı yapmak veya küçümsemek için değil, sosyo-ekonomik inceleme gözüyle baktığımız zaman bu hanelerin büyük bölümünün televizyonda ne izlediğini, ne müzik dinlediğini, ya da hangi gazeteyi okuduğunu (veya hiç gazete okumadığını) bilmek için rating sonuçlarına bakmak zaten gerekli değildir.

1000 denekten 800 kadarının vereceği sonuç, bugün "en yüksek reyting bende" diyenleri doğrulayacak, ama toplumun bütün kesimlerinin beğenisini yansıtmayacak bir görüntü verecektir. Okuma-yazma, kültür, ekonomik güç, estetik ve sanatsal beğeni düzeyi sifra yaklaşan kesimlerin onayladığı yayıncılık politikalarını sürdürme kolaylığına kaçmak, azınlıkta kalan A ve B gruplarının ihtiyaç ve beğenilerini yok sayarak toplumu çürütmek anlamına gelir.

Görevi toplumun sosyal düzeyini yükseltmek ve bilgilendirmek olan yazılı ve elektronik basın "reyting" bahanesinin arkasına saklanarak ucuz popülizm yapması, irtica ve terörden önde gelen, çünkü bu iki tehlikeyi besleyen bir musibettir.

Ajanslar kanalı ile reklamverenlerin bu televizyonları beslemesi de bu tehlikeyi desteklemek biçiminde yorumlanabilir. Televoleleri ve düzeysiz filmleri ile, haber programlarında spiker kucağına oturtulan dansözleri ile yüksek rating alan istasyonlara verilen BMW veya Louis Vitton reklamının bu gelir grubundaki izleyiciden ne sonuç alacağı da işverenin kendi sonunu olarak düşünülmelidir.

Rating ölçümlemesi, homojen toplum yapılarındaki ülkeler için anlamlıdır. Eğitim, kültür ve gelir grupları arasında uçurumlar bulunmayan bu ülkelerde %50 civarında çıkan sonuçlar reklamverenler için de doğruya yakın ölçüler verebilir.

Az gelişmiş toplumlarda televizyon kanallarının etkinliği ise ancak gazete tirajları gibi somut rakamlara dayanan istatistiklerle belirlenebilir.

Örneğin Türkiye'de televizyon izleyen 15 yaş üstü herkesi içine alacak bir anket önerilebilir. (Çocuk ürünleri için 15 yaş altını da içine alan bir çerçeve söz konusudur.)

40 milyon insana yönelecek böyle bir araştırmanın yüksek maliyeti, reklam ajansları, reklamverenler ve medya kuruluşlarına pay edildiğinde, bu önerinin o kadar ürükütücü olmadığı da ortaya çıkacaktır. Bu araştırmanın sonuçları kuruluşların reklam bütçelerini doğru mecralara harcamalarını sağlayacak, yanlış seçimlere dağıtılan paradan tasarruf edilecek meblağlar, böyle bir projeyi finanse etmeye yatacaktır.

Böyle bir öneriye ilk karşı çıkanlar reyting listelerinin tepesindeki televizyon kuruluşları olacaktır. Çünkü örneğin yüksek güvenilirlik katmalı araştırmaların ilk sıralarda gösterdiği TRT II gibi kanalların ve TRT I ve TRT III'teki çok sayıda programın ünlü "reyting" listelerimizde adı bile geçmemekte, NTV, Kanal E, Kanal 9 gibi istasyonların pek çok programı bu listelerin yanına bile yansımamaktadır.

Okur yazarı sinek gibi görüp köşe dönmeçilerden oluşan bir toplum yaratmaya çalışan reytingcilerden kurtulmanın ilk çaresi, o ölçüm makinelerini özellikle İstanbul'a vizesiz gelmelerinden yakınılan evlerden söküp atmaktır. Bazılarına fazla "elitist" gözükülecek bu öneri, Türk toplumunu "dahili bedhahlardan" koruma yöntemlerinden biri olarak düşünülmüştür.

Daha iyi öneriler de bulunabileceği kuşkusuzdur. Örneğin RTÜK'ün uzun kış uykusundan uyanarak bu konuya akıl yormasını önerenler de olabilir.

Son söz :

Bu yazı, rating ölçümünün gerekliliğini inkar veya bu mekanizmayı işlemlerin yanlış sonuçlar aldığı iddia etmek için değil, ülke şartlarına adapte etmeden uygulanan bu araştırma sonuçlarını kullanan TV istasyonlarını bir an durup düşündürmek için yazılmıştır. Bu konuda Reklamverenler Derneği ve IAA'ya önemli görevler düşmektedir.

Yeni yayınlar

Basın özgürlüğü ödülü

Bazı Anılar: Sadun Tanju

Deneyimli gazeteci Sadun Tanju bu son kitabında yaşamından çeşitli kesitler sunuyor: Çocukluğu, yedek subaylığı, Vatan gazetesinde muhabirliği, "Politika ve Ötesi"ni yazdığı günlerde sağ kulağının arkasına yediği yumruk, İnönü'den anılar, Londra'da basın ataşeliği, Ulus'ta komünizm propagandası (I) iddiasıyla başına gelenler ve bazı portreler.

Bir dönemde gazetecilerin sorunlarını yansıtmaya bakımından ilgiyle okunacak bir anı kitabı.

Belleğini Yitiren Toplum: Russel Jacoby

Belleğini Yitiren Toplum, tarih ve psikanaliz kuramlarıyla ilgilenerek geçmişi sorgulamaya çağırıyor. Yazar, Adorno'nun "Felsefenin tarihi, unutulmuş tarihidir" sözünü takip ederek "Toplum giderek artan bir hızda daha az anımsıyor. Zamanımızın göstergesi, düşüncenin modaya teslim olmasıdır. Geçmiş çok eski diye küçümsenirken, bugün en iyi diye göklere çıkarılıyor" diyor ve psikolojideki tarihsel gelişimi kendine özgü eleştirel bir zekâyla incelerken, geçmişe bakma alışkanlıklarımıza meydan okuyor.

Çev. Hakan Atalay, Ayrıntı yay. 1996.

Yıkanmak İstemeyen

Çocuklar Olalım: Ünsal Oskay

Yazar, öğretim üyesi Ünsal Oskay'ın iletişim yazılarından oluşan kitabının önsözünden bir alıntı: "...hâlâ yitirmedığımız düş görme yeteneğimiz ile "daha insanca" bir hayatı özlemlerimizde tasarlamakta; düş görme yeteneğimizi bastırığımız hayat alanlarımızda ise önümüzdeki hayattan, insanlardan, insanın dünyasından korku duymaktayız. Bu korkumuz, demokratik toplum hayatından vazgeçmeye her an hazır "sıradan insanlara" dönüştürmekte bizi..." YKY 1998

Unesco'nun düzenlediği Unesco / Guillermo Cano ödülü bu yıl 1995'ten beri Nijerya'da hapiste yatan Christina Anyanwa adlı bir gazeteciye verildi.

Christina'nın suçu vatana ihanet.

Nijerya'da çıkan The Sunday Magazine'in başyazarı olan Christina "İktidarın bölüşülmesi" başlıklı

yazısında bütün hükümet üyelerinin yıllardan beri yalnız kuzey bölgesinde yaşayan Müslümanlardan oluştuğunu, güney halkının yönetime katılmamasının dengesizlik yaratacağını yazmış. Bunun üzerine 15 Mart 1995 günü kendisini alıp götürmüşler. Uzun süre kendisinden hiç haber alınamamış. Dört ay sonra mahkemeye verilmiş, duruşması gizli olmuş ve kendisini 15 yıla mahkum etmişler.

Unesco bunu haber almış, bir dosya hazırlamışlar ve yılın Özgür Kalem Ödülü kendisine verilmiş. Tabii kimse cezaevinde kendisiyle görüşmemiş.

Unesco / Guillermo Cano ödülü 1997'de yaratılmış. Jüri 14 gazeteciden oluşuyor.

Guillermo Cano, Kolombiya'da çıkan El Espectador gazetesinin müdürüymüş. Kendisini uyuşturucu kaçakçıları 1986'da öldürmüşler.



İLAD Adına Sahibi : Hıfzı TOPUZ Sorumlu Yazı İşleri Müdürü: Füsun Özbilgen Sayfa Tasarımı: Murat Yılmaz
İletişim Adresi : Halaskârgazi Cad. No: 127 Şişli-İstanbul Fax/Tel: (0 212) 212 30 91- (0 216) 340 10 09
Baskı : Boyut Matbaacılık AŞ. Yüzyıl Mah. Matbaacılar Sitesi 1.Cad. No:115 Bağcılar-İstanbul

BAŞAK SİGORTA