

Tanıtım ve Değerlendirme Review

Medya Ahlakı Literatürü Arasında Bir Gezinti*

Literature Review on Media Ethics*

Hediyetullah Aydeniz

Medya ahlakı üzerine bir literatür irdelemesi dört grup kaynak üzerinde bir çalışmayı adeta zorunlu kılmaktadır. Medya ahlakı ile ilgili ilk çalışmalar hukuki düzenlemelerin ortaya koyduğu yasa metinleridir. İkinci önemli ana kaynak grubunu medya profesyonellerine ait meslek örgütlerinin, mesleğin meşruiyetini ve işleyişini sağlamayı hedefleyen meslek ilkeleri bildireleri oluşturmaktadır. Medya ahlakının üçüncü bir kaynağı da iletişim fakültesi veya gazetecilik yüksek öğretim kurumları olarak akademide yapılan çalışmalarıdır. Dördüncü bir kaynak grubunu ise bir kısmı telif, çoğunluğu derleme olarak Batı dillerinden yapılan tercüme eserlerden oluşan yayınlar teşkil etmektedir.

İlk Kaynak Grubu: Mevzuat

Basın ahlakına ilişkin düşünceler, çerçeve metinler ve ilke kabulleri için başvurulacak ilk ve temel kaynaklar hukuki düzenlemelerdir. Nitekim başlangıcı 11 Kasım 1831 yılında *Takvim-i Vekâyi* gazetesinin ilk sayısının yayımlanmasına tarihlenen Türkiye'nin basın tarihinde de medyaya dair ahlaki ilkeler öncelikle mevzuat metinlerinde aranmaktadır.

Basın tarihimizde basına ilişkin ilk hukuki düzenlemeler *Matbaalar Nizamnamesi* (1857), *Ceza Kanunu* (1858), *Matbuat Nizamnamesi* (1864) ve *Kararname-i Âli* (27 Mart 1867) gibi mevzuat metinleridir. Örneğin 1864 tarihli *Matbuat Nizamnamesi*'nin 14. maddesi "Herhangi gazete âdâb-ı umumiyeye ve mahâsin-i ahlâk-ı millîyeye mugayir bir şey yazar ve

* Literatür derlemesinde ve bunun APA formatına uyarlaması konusundaki katkılarından dolayı Merve Akkuş ve Muaz Yanılmaz'a teşekkürlerimi sunuyorum.

edyân ve mezâhib-i câriyyeden birine gazete vasıtasıyla hakaret ederse bir yüzlük altından yirmi beş yüzlük altına kadar ceza-yı nakdî alınır veyahut bir haftadan üç mâha kadar hapis olunur.” hükmüyle genel ve millî ahlaka aykırılık, farklı din ve mezhep mensuplarına hakaret etmenin müeyyidesini düzenliyordu. Aynı nizamnamenin 26. maddesi ise “Bir gazeteci taammüden ve bir sû-i niyete mebni kasden havâdis-i kâzibe veyahut evrak ve senedât-ı musannaa tab’ eder veya bu makûle havadis ve evrakı diğer bir gazeteden naklen derc eyler ise bir aydan bir seneye kadar hapis veyahut on altından elli altına kadar ceza-yı nakdî ahziyle mücâzât edilir.” hükmü ile başka gazeteden nakil yoluyla da olsa yalan haber yapmanın müeyyidesini belirliyordu. 1867 tarihli Kararname-i Âli’de de *yalan habere dair müeyyideler getirilerek matbuatta ahlaki iyileştirmenin sağlanması hedeflenmiştir* (Özgen, 2002: 139, 141).

23 Aralık 1876 (7 Zilhicce 1293) tarihli Kanun-u Esâsî’nin 12. maddesi “Matbuat kanun dairesinde serbesttir.” hükmünü içeriyordu. Bu madde, 1909 tarihli *Kanûn-u Esâsî’nin Bazı Mevaddı Muaddelesine Dair Kanun* (5 Şaban 1327 / 3 Ağustos 1325) ile “Matbuat kanun dairesinde serbesttir. Hiç bir vechile kab-lettab’ teftiş ve muayeneye tâbi tutulamaz.” şeklinde yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenleme Cumhuriyet döneminde de varlığını korumuştur.

14 Temmuz 1909 tarihli Matbuat Kanununda da bugün basın ahlakı veya etiği bağlamında üzerinde durulan *hakaret, basın yoluyla şantaj yapıp menfaat sağlamak, ahlak kurallarına uymayan yazı ve resim basılması, vatandaşları suç işlemeye kışkırtan yazı yazılması* gibi yasaklar belirlenmişti. Matbuat Kanunu çok sayıda değişikliğe uğramışsa da 8 Ağustos 1931 tarihine kadar yürürlükte kalmıştır (Özgen, 2002: 145).

Cumhuriyet döneminde basına ilişkin düzenlemeyi getiren ilk düzenleme 20 Nisan 1924 tarihli Teşkilât-ı Esasiye Kanunu’nun 77. maddesinde “Matbûat, kanûn dairesinde serbesttir ve neşredilmeden evvel teftiş ve muayeneye tâbi değildir.” şeklinde belirlenen hükümdür. 1909 tarihinde Kanun-u Esâsî’de yapılan değişiklik aynı şekilde korunurken 4 Mart 1925 tarihli Takrir-i Sükun Kanunu bu hükmü işlevsiz hale getirecek ve basını bir varlık sorunuyla karşı karşıya bırakacak bir düzenleme getirmiştir: “İrtica ve isyana ve memleketin nizâm-ı içtimâîsi ve huzur ve sükûnunu ve emniyet ve asâyîşini ihlâlâe bâis bilumum teşkilât ve tahrikât ve teşvikât ve teşebbüsât ve neşriyâtı hükûmet, Reis-i Cumhûrun tasdikiyle ve re’sen ve idareten men’e mezundur. İşbu ef’al erbabını hükûmet İstiklâl Mahkemesi’ne tevdi edebilir.” (Özgen, 2002: 149).

Bu tarihten itibaren basının temel sorunu varlığını sürdürebilme meselesidir. Bir varlık sorunu yaşayan basının etik ve ahlak düzleminde bir tartışma yürütmesi mümkün olmamıştır. Osmanlı gazeteciliğinin doğuşundan sonra ortaya çıkan ilk hukuki düzenleme metinleri, medya ahlakı arayışlarının kökenini oluşturması hasebiyle literatürün bir parçası olarak buraya alındı. Günümüz basın ahlakı, medya etiği, iletişim etiği tartışmaları, artık hukuki düzenlemeler, yasal metinler üzerinden değil, bunun yerine meslek örgütleri, meslek mensupları ve akademi tarafından kendi çalışma alanlarına has bir çerçevede yürütülmektedir. Buna ilişkin ilk gelişmeler ve tartışmalara aşağıda yer verilecektir.

Medya etiği literatürünün bir parçası olarak bir yasal düzenlemeye daha değinilmesi konunun tamamlanması açısından yararlı olacaktır. Bu düzenleme, *Basın Ahlâk Esasları* başlığını taşıyor olması açısından önemlidir. Basın İlân Kurumu'nun teşkilat kanununun 49. maddesi doğrultusunda 18 Kasım 1994 tarihli Basın İlân Kurumu Genel Kurulu'nda yargı yolu açık olmak üzere resmî ilanların kesilmesi gibi bir müeyyide uygulamasına *Basın Ahlâk Esasları* temel olarak kabul edilmiştir. Bu kararlar *Resmî Gazete*'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Kurum işleyişini sağlayan mevzuatın bir parçası olduğundan *Basın Ahlâk Esasları* adını taşısa bile yasal bir düzenlemenin getirdiği ahlak esasları olarak literatürde, akademik çalışmalarda buna atıf yapılmaktadır (Girgin, 2000: 231).

İkinci Kaynak Grubu: Meslek Erbabının Girişimleri

Yasal düzenlemelerin yanında mesleki örgütlenmelere paralel gelişen bir takım mesleki uzlaşma metinlerinden söz edilebilir. Bu çerçevede mesleki örgütlenmelere dair değinilmesi gereken ilk teşebbüsün İkinci Meşrutiyet'in ilanı ile başlamış olan ve *Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye* adıyla 30 Temmuz 1908 (17 Temmuz 1324)'de kurumsal bir çatıya kavuşmuş yapının olduğu hatırlanabilir. Cemiyet, kurulmasına ve tüzüğünü oluşturmasına rağmen amaçladığı "Gazeteciler Kongresi" toplayamadığından dernek statüsünde faaliyete geçememiştir. Cemiyetin adı daha sonra 1920'de *Türk Matbuat Cemiyeti*'ne çevrilmiş, 1923'den sonra *Matbuat Cemiyeti*, 1930'da *İstanbul Matbuat Cemiyeti* adıyla faaliyet göstermiş ve 1935'te *Basın Kurumu* adını almıştır. 1938 yılında üyeliğin zorunlu olduğu ve üye olmayanın gazetecilik yapmadığı *Basın Birliği* kurulmuştur. Çok partili siyasal hayata geçiş sürecinde bu birlik lağvedilerek yerine meslek mensupları tarafından 10 Haziran 1946 yılında *Gazeteciler Cemiyeti* kurulmuştur.

Gazeteciler Cemiyeti'nin öncülüğünde hazırlanan basın çalışanı gazetecilerin uymayı kabul ettikleri, ancak yasal dayanağı olmayan bir anlaşma metni durumunda olan *Basın Ahlak Yasası*'nı uygulamak için bir öz denetim mekanizması olarak 24 Temmuz 1960 tarihinde *Basın Şeref Divanı* kurulmuştur. Fazla uzun ömürlü olmayan bu yapı, 1967 tarihinde işlevsiz kalarak bir nevi kendi kendisini feshetmiştir.

Dönemin hükûmeti ve kamu yetkililerinin de teşvikiyle 6 Şubat 1988 tarihinde *Basın Konseyi* kurulmuştur. Konsey, gönüllü üyeliğe dayanmakta ve *Basın Meslek İlkeleri* olarak kabul edilen sözleşmenin imzalanmasıyla bir mesleki denetim hedefiyle çalışmaktadır.

Basın ahlakı ve meslek ilkelerinin belirlenmesiyle ilgili girişimler, 1960 yılına kadar meslek profesyonelleri tarafından yapılmamıştır. 27 Mayıs darbesi sonrasında 24 Temmuz 1960'ta Türkiye Gazetecileri Cemiyeti'nin öncülüğünde *Basın Ahlak Yasası* adını taşıyan dokuz maddelik bir metin hazırlanmış, gazeteciler ve yayın kuruluşları temsilcileri tarafından imzalanmıştır. Bu metindeki ilkeleri denetlemek için de *Basın Şeref Divanı* oluşturulmuştur. Uluslararası Basın Enstitüsü'nün İsveçli Başkanı Allan Hernelius'un önerisiyle, İsveç'te 1916 yılında kurulan *Basın Konseyi*'nin çalışması örnek alınarak Basın Ahlak Yasası hazırlanmıştır. Bu, ilk öz denetim mekanizması denemesidir. Milli Birlik Komitesi'nin teşviki ve yönlendirmesiyle kurulan Basın Şeref Divanı mekanizması 1967'de başarısız bir deneme olarak tarihe geçmiştir.

Dokuz maddelik Basın Ahlakı Yasası'nın ardından, Türkiye'de basın ahlakı konusunda kabul edilmiş bir başka yazılı belge ise, *Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI)* tarafından onaylanmış olan ve ülkemizde de 14 Şubat 1972 tarihinde Gazeteciler Cemiyeti Genel Kurulu'nda kabul edilen *Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları* adını taşıyan ilkelerdir." (Özgen, 2002: 186).

Bir başka önemli metin ise meslek mensuplarının dışında akademisyenlerin de katkılarıyla 21 Aralık 1975 tarihinde İstanbul Üniversitesi'nde yapılan İkinci Basın Kurultayı'na sunulan bir komisyon raporudur: "*Basının Görev ve Sorumlulukları Komisyonunun* hazırladığı rapor da basın ahlakı alanında hazırlanan ve akademisyenlerin de dâhil olduğu önemli bir çalışmanın ürünüydü." (Özgen, 2002: 187).

Basın Konseyi'nin 6 Şubat 1988 tarihinde ilanı ile imzalanan ve kabul edilen *Basın Konseyi Sözleşmesi* ve 16 maddelik *Basın Meslek İlkeleri* diğer önemli bir metindir. Basın Konseyi bu ilkelerin uygulanabilirliğini takip açısından

bir öz denetim mekanizması olarak çalışmalarını dar alanda da olsa hâlen sürdürmektedir.

En kapsamlı ve yaygın olarak kabul edildiği söylenebilecek meslek ilkele-ri metni *Türkiye Gazeteciler Cemiyeti* tarafından hazırlanan ve 18 Kasım 1998 yılında ilan edilen *Türkiye Gazeteciler; Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*'dir. Bu ilkelerin uygulanabilirliğini takip ve denetim için de *Basın Senatosu ve Meslek İlkelerini İzleme Komitesi* oluşturulmuştur.

Meslek örgütü düzeyinde *Çağdaş Gazeteciler Derneği*'nin ilan ettiği *Çağdaş Gazeteciler Derneği İlkeleri* (ÇGD, 2011) ve *Medya Derneği* tarafından Ocak 2011'de ilan edilen *Türkiyeli Gazeteciler İçin Etik İlkeler* metinleri, meslek ilkeleri ve etik bildireler kategorisinde son yıllarda ortaya konulan önemli çalışmalardır. Son olarak *Anadolu Ajansı* Yönetim Kurulu Başkanı'nın dönem başkanlığını yürüttüğü *Asya Pasifik Haber Ajansları Birliği (OANA)*'nin 15 Aralık 2011 tarihinde ilan ettiği altı maddelik etik ilkeler uluslararası bir meslek örgütüne kabul edilmesine rağmen kurumsal düzeyde bir medya kuruluşunu bağlaması açısından hatırlanması gereken yeni bir gelişme olarak kaydedilmelidir.

Medya organizasyonları düzeyinde kurumsal olarak meslek ilkeleri çalışması yapıp ilan eden medya kuruluşlarının sayısı çok az denebilecek sayıdadır. *Doğan Yayın Holding, Anadolu Ajansı, Zaman Gazetesi* ve *NTV* televizyonunun kurumsal düzeyde meslek ilkelerini belirleyen çalışmaları bulunmaktadır. Ancak bu sınırlı sayıdaki örnek dışında Türkiye'de medyanın geneli açısından, takipçilerine karşı sorumluluğu ve hesap verilebilirliği sağlayan yayın ve meslek ilkelerinin kurumsal düzeyde hazırlanması, kabul edilmesi ve ilan edilmesi kültürünün henüz tam olarak oluşmadığı söylenebilir.

Üçüncü Kaynak Grubu: Akademik Camianın Çalışmaları

Basın yayın mesleği ve bu arada mesleki etik kurallar çerçevesinde dikkate alınması gereken bir diğer alan akademi'dir. 1950 sonrasında *mesleki eğitim* çerçevesinde başlayan gazetecilik okulları, 1990'lı yıllara gelindiğinde fakülte hâline gelerek kurumsallaşmada önemli bir aşama kaydetmişlerdir. Şu anda Türkiye'de ellinin üzerinde iletişim fakültesi mevcuttur. Bu fakültelerde okutulan ahlak veya etik derslerine göz atıldığında karşımıza çıkan ders isimleri ve içerikleri bu alanla ilgili literatüre ilişkin de ipuçları vermektedir.

Medya ahlakının iletişim fakültelerinde kendine nasıl bir yer bulduğuna dair üniversitelerin web siteleri üzerinden yapılan bir tarama, seçilen ders

isimlerinden hareketle konunun akademideki algılanışı hakkında fikir verir niteliktedir. Bu çerçevede medya ahlakının, iletişim fakülteleri ders listelerinde *Basında Aktöre*, *Medya Etiği*, *Kitle İletişim Araçlarında Etik*, *İletişim Etiği*, *İletişim Ahlakı*, *İletişim ve Etik*, *Halkla İlişkiler ve Etik* adlarıyla, çoğunluğu lisans ve az sayıda da lisansüstü ders programlarında yer aldığı görülmektedir. Dersi birinci sınıfta programına dâhil eden fakülteler olduğu gibi ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıflarında dâhil eden fakülteler de mevcuttur. Ama her hâlükârda medya ahlakı, iletişim fakültelerinin tüm bölümlerinde ortak veya bölüm dersi olarak çoğunlukla da zorunlu bir ders şeklinde programlarda yer almaktadır. Ancak yukarıda verilen ders isimlerinden de fark edileceği üzere ders ismi ve içeriği ile ilgili ortak bir anlayışın ve müfredat birliğinin olduğunu söylemek zor gözüküyor.

Genel bir değerlendirmeye dersin akademiye girişinin *basın ahlakı* ve öz Türkçe bir isimlendirme tercihiyle *basında aktöre* şeklinde başladığı, sonrasında *medya etiği* ve en son gelinen noktada ise *iletişim etiği* gibi çok kapsamlı bir ders isminin giderek yaygınlık kazanmaya başladığı; mevcut hâliyle *basın* kavramının artık kullanılmadığı (açılmamış olsa da Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi internet sitesinde bir istisna olarak *Basın Ahlakı* ismi ders listesinde bulunmaktadır), *medya* ve *iletişim* üzerinden bir ortaklığın oluştuğu, *ahlak* yerine de *etik* kavramının yaygın olarak kullanıldığı söylenebilir. Nitekim aşağıda sunulan ders isimleri ve içeriklerinde görüleceği üzere bir fakültenin programında *iletişim etiği* adıyla yer alan bir derste, dersin adında etik kelimesi geçmesine rağmen işlenecek konular tamamıyla *ahlak* merkeze alınarak belirlenmiş ve dersin konu başlıklarında bir defa da olsa etik kavramı kullanılmamıştır. Bu durum, etik ile ahlak kavramlarının eş anlamlı veya birbirlerinin yerine kullanılması olarak kabul edildiği anlamına gelebileceği gibi bu alandaki kavram kargaşasının bir göstergesi olarak da okunabilir. Daha uç bir örnek ise aynı iletişim fakültesinin farklı bölümlerinde hoca farkından dolayı aynı dersin amacı ve içeriği arasında ciddi farkların görülebmesidir.

İletişim fakültelerinin ders programlarında yer alan medya etiği derslerinin içeriğinden yola çıkarak medya etiği derslerinin uygulamaya dönük boyutları olmakla birlikte daha çok akademik bir yetkinliğin kazandırılmasının hedeflendiği göze çarpmaktadır (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Yükseköğretim Kurumlarında Medya Ahlakı Odaklı Dersler, Amaçları ve İçerikleri¹

Ders Adı	Ders Amacı	Ders İçeriği
İletişim Etiği	Belirtilmemiş	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ahlak Anlayışına Genel Giriş ■ Ahlak Anlayışının Tarihsel Süreci İçerisindeki Gelişimi ■ Felsefe Akımlarının İncelenmesi ■ Ahlak Anlayışı ve İletişim Ahlakı ■ İletişim Ahlakı ile İlgili Basılı ve Görsel Materyallerin İncelenmesi ■ Medyada Yer Alan Olayların Felsefe Akımlarından ve İletişim Ahlakı Değerlerinden Yararlanılarak Tartışılması?
İletişim Etiği	Bu derste ahlak, etik kavramlarını tarihsel, kuramsal ve kurumsal arka planlarıyla ortaya koymak, medyada karşılaşılan etik sorunları güncel örnekler üzerinden tartışmak ve meslek içi denetim mekanizmalarını öğrenciyeye tanıtmak amaçlanmaktadır.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ahlakla İlgili Temel Kavramların Aktarılması; Etik, Ahlak, Deontoloji ■ Etik ile ilgili temel yaklaşımlar; Normatif Etik – Kant, Faydacılık – Bentham vd. ■ Medyada Mülikiyet ve Medya Denetimi ■ Medyada Yaşanan Temel Etik Sorunlar: Özel yaşam, mahremiyet ve kişilik hakları ■ 3. Sayfa Haberleri ■ Haber Kaynağı ile İlişkiler ■ Basında Yaşanan Temel Sorunlar: Milliyetçilik ve Medya ■ Yağru Haberleri ■ Film İzleme – Tartışma: “El-Cezire: Control Room” veya “Uncovered: Tout Sur La Guerre en Iraq”: Savaş Gazeteciliği ■ Seçim Döneminde Habercilik ■ Kriz Haberciliği ■ Yeni Medya ve Etik Sorunlar ■ Medyada Yaşanan Deontolojik Sorunlar Karşısında Oto-Kontrol Yöntemlerinin İncelenmesi: Türkiye ve Yurt dışı Örneklere
İletişim Etiği	Bu dersin amacı, meslek etik kurallarını öğretmek ve mesleğe ilişkin etik kararların verilmesini sağlamaktır.	Kitle iletişim araçlarının konumu ve yayım ilke ve esasları, basın meslek ilkeleri, otokontrol gibi konulara işlenecektir. Öğrencilerin ahlaki sorgulamadaki becerilerini geliştirmek amacıyla medyaya ilgili uluslararası ve yerel yasa düzenlemeleri konusunda bilgilenmeleri sağlanacaktır. ⁴
İletişim Etiği	Dersin amacı, “İletişim Etiği” kavramının tanımı ve tarihi mirasını açığa kavuşturarak öğrencilere iletişim alanında etik kavramının önemini benimselmesi, görsel ve yazılı basında meslek etiği uygulamalarının eleştirel bir yaklaşımla ele alınarak doğru bir bakış açısı kazandırılmasıdır.	İletişim Etiği dersinde etik kavramı, ahlak, hukuk, meslek etiği kavramları çerçevesinde ele alınacak, etik ve toplumsal sorumluluk, gazetecilik-halkla ilişkiler-ekran-televizyon alanlarında etik yaklaşımlar gibi konular tartışılacaktır. Türkiye den ve dünyadan iletişim etik ilkeleri/kavuzları ve bildirileri ışığında; yaygın etik sorunlar tartışmaya açılacaktır. Yeni iletişim teknolojileri ekseninde yeni sorunlar üzerinde durularak, çözüm olasılıkları değerlendirilecektir. ⁵

- 1 Ders amaç ve içeriklerinin yazımlarında üniversitelerin kurumsal İnternet sayfalarındaki ifadelerle bağlı kalmış, sadece imla tashihleri yapılmıştır. Her bir dersle ilgili kaynak ilgili sattanrın çıkılan dipnotla verilmiştir.
- 2 Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, http://if.kocaeli.edu.tr/akademik/planlar/gzt_ders_icerik.htm
- 3 Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, http://iletisim-gsu.edu.tr/docs/dersler/cm3/COM_305.pdf
- 4 İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Sistemleri Bölümü, <http://www.iticu.edu.tr/Akademik/Fakulteler/Iletisim/Bolumler/Medya-Iletisim-Sistemleri/Lisans-Ogrencilerimiz/Pages/Ders-Listesi.aspx>
- 5 İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, http://www.iau.edu.tr/arel/akademik/fakulteler/iletisim/gazete/ders_icerikleri.html

Tablo 1. Yükseköğretim Kurumlarında Medya Ahlakı Odaklı Dersler, Amaçları ve İçerikleri

Ders Adı	Ders Amacı	Ders İçeriği
İletişim ve Etik	Gazetecilikte etik karar verme süreçlerinin verilmesi	<ul style="list-style-type: none"> ■ İletişim Etiği Kavramı ■ Gazetecilikte, Televizyonculukta, Halkla İlişkilerde ve Reklamcılıkta Etik Sorunlar ve Çözüm Önerileri ■ İletişim Mesleklerinde Özdenetim Yöntemleri⁶
İletişim ve Etik	Etik teorilerin sunduğu sosyal ve politik kurumları inceleme; iletişim bağlamında etik sorunları (haklar, yükümlülükler) ve süreçleri (kapsam, etkileşim, reklam, teknolojik yenilikler) gözden geçirme; öğrencileri iletişim çalışmalarında örnek olay incelemesi yaparak teori ve pratiği kullanmaya teşvik etmek.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erdem Etiği ■ Fayda Etiği ■ Ahlakî Etik ■ Söylem Etiği ■ Dünyada Etik ■ Gazetecilikte Etik ■ Geçekler ve Yalanlar ■ Halka Hitap Etiği ■ Halkla İlişkiler Etiği ■ Reklam Etiği ■ Etik ve Yeni Medya Pratikleri⁷
İletişim Etiği	Behirtilmemiş	<ul style="list-style-type: none"> ■ Etik Kavramı ■ Etik ile İlgili Temel Yaklaşımlar ■ Etik, Toplum ve Evrensel Değerler ■ İletişim Sürecinde Etik Konular ■ Bilgi Toplumunda Etik ■ İletişimde Güven ve Endişe ■ Toplumda Medyanın Rolü ve Sorumlulukları ■ Mesleki Becerilerin Kullanımı ve Etik ■ Siyasal İletişim ve Etik Konular ■ Medyada Etik ve Tarafsızlık İlkesi ■ Medyada Gerçeklik Olgusu ■ Söylem ve Etik ■ Medya, Etik ve İzleyici ■ Medyada Şiddet ve Etik Sorunlar ■ Özel Yaşam ve Mahremiyet ■ Reklam ve Etik ■ Yazılı Basında Etik ■ Televizyon ve Etik⁸

6 Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, <http://www.ilet.gazi.edu.tr/index.php?gaz821>7 İzmir Ekonomi Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Bölümü, http://ects.ieu.edu.tr/syllabus.php?section=media.comm.ieu.edu.tr&course_code=MMC302&cer=0&sem=28 Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, http://www.anadolu.edu.tr/ogrenci_isleri/catalog/iltfak.pdf

Tablo 1. Yükseköğretim Kurumlarında Medya Ahlakı Odaklı Dersler, Amaçları ve İçerikleri

Ders Adı	Ders Amacı	Ders İçeriği
İletişim Etiği	Bu ders, medya ve iletişim öğrencilerine, toplumsal yaşamdaki iletişimciler olarak ortak ve genel bir etik gelişmelerine olanağı sağlar. Bu ders, iletişim ve medyada uygulanan etik dersidir ve gazetecilik, halkla ilişkiler, reklamcılık ve yayını içine alan tüm kitle iletişimini kapsar. ⁹	Belirtilmemiş
İletişim Etiği	Belirtilmemiş	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ahlak Anlayışına Genel Giriş: Ahlak Anlayışının Tarihsel Süreci, İçerisindeki Gelişimi ▪ Felsefe Akımlarının İncelenmesi ▪ Ahlak Anlayışı ve İletişim Ahlakı ▪ İletişim Ahlakı ile İlgili Basılı ve Görsel Materyallerin İncelenmesi ▪ Medyada Yer Alan Olayların Felsefe Akımlarından ve İletişim Ahlakı Değerlerinden Yararlanılarak Tartışılması¹⁰
İletişim Etiği	İletişim ve aktöre (etik) olgularını kapsamlı şekilde irdelemek; öğrencileri aktöre (etik) konusunda bilinçlendirmek.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ İletişim ve Aktöre Kavramlarının İrdelenmesi ▪ Tarihsel Sürecin İrdelenmesi ▪ Yazılı Basında İletişim Etiği (Dünya da ve Türkiye’de) ▪ Görsel Basında İletişim Etiği (Dünya da ve Türkiye’de) ▪ Dijital Çağ ve İletişimde Aktöre¹¹
Medya Etiği	Bu dersin amacı medyada etik hakkında öğrencileri bilgilendirmektir. Derste medya etiği ile ilgili tarihsel ve güncel tartışmalar, farklı konularla ilişkisi bağlamında tartışılacaktır. Ayrıca etik ilkelerin, ahlak yargıları ve hukuk yasalarından farkının ortaya konulmasıyla da, “Neden etik?” sorusuna yanıt bulma denemeleri anlatılmaya çalışılacaktır.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etik ▪ Medyada Etik ▪ Medyada Etiğin Tarihsel Temelleri ▪ Medyada Mülkiyet ve Kontrol ▪ Medyada Ekonomi ▪ Medyada Siyaset ▪ Medya ve Demokrasi ▪ Medyanın Hesap Verebilirliği ▪ Medyada Etik Değerler ▪ Gazetede Etik ▪ Dergide Etik ▪ Televizyonda Etik ▪ Radyoda Etik ▪ Yeni Medya Kanallarında Etik¹²

9 Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, <http://www.yeditepe.edu.tr/bolumler/gazetecilik/ders-aciklamalari>

10 Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, http://if2.kocaeli.edu.tr/pages/course_content.php?id=29&lg=tr

11 İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Sanatları Bölümü, http://www.iku.edu.tr/TR/173-2-51735-203-1259-598-1-1-1/ders_detay

12 İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi Sanat Yönetimi Bölümü, http://www.iku.edu.tr/TR/ects_bolum.php?m=18p=198f=58r=0&ders_id=3838&ects=ders_detay

Tablo 1. Yükseköğretim Kurumlarında Medya Ahlakı Odaklı Dersler, Amaçları ve İçerikleri

Ders Adı	Ders Amacı	Ders İçeriği
Medya Etiği	Bugün dünyada medya bir imparatorluk halinde insanların ve ülkelerin kaderleriyle oynayacak güçtedir. İletişim ağı tümüyle donanmış ülkelerin aydınlanma, siyasal alanda, sosyal alanda, toplumsal konularda; demokrasî, insan hakları, ekonomi, hukuk, yaşam biçimi konularında eğdeşlaşmasını sağlamaktadır. Bu su gibi, ekmeç gibi, hava gibi olmazsa yaşamın az dedigimiz kadar önemli bir konuma gelmelerini sağlamıştır. İyî uygulandığında, uluslararası ve ulusal etide de bağı kalındığında insana, topluma bir yaşam şekli ve işi verebilir. Ters teptiği takdirde ise, yani çıkarlar (kîşisel ya da zümresel), etik dışı davranışlar toplumda yara açabilmektedir. Bu nedenle bu ders, medyanın insanlığa en geniş ölçüde onun çıkarları doğrultusunda haber ve programlar sunarken, nelere dikkat edilmesi gerektiğini öğretmeği amaçlamaktadır. Bu bağlamda öğreenci doğru ile yanlış, ak ile karayı ayrtı etmeyi öğrenecektir. Özetle polisin potansiyel suçlu aradığı yerde kitle iletişim araçlarının çalışınlarının gerçeği araştırıp bulunması gerektiğini öğrenecektir ve Türk medyasının bu görüşler ışığında görev yapmıdadığını irdelenecektir.	<ul style="list-style-type: none"> Medya dediğimiz kitle iletişim araçlarının insanlığın hizmetindeki rolü Gazete ve radyonun gelişme çizgisi içinde toplumlara verdiği hizmet Televizyon ve internetin devreye girmesi ve çalışma yöntemleri Siyasal rejimlerde kitle iletişim araçlarının artı ve eksileri Baskı rejimlerinde, tek parti hükümeti ya da diktatörlükle yönetilen ülkelerde, yayın zafiyeti ve sansür Türk medyasındaki tekelleşmenin boyutları ve yayın ilkelertinin tekelere doğru dönüşmesi Kamusal televizyonla tekelmiş televizyonun yayın, aydınlanma, taraf ve tarafsızlık gibi temel ilkelerdeki ayrıllıklarını yaratan nedenlerin tartışılması Türkiye'deki kamu yararına görev yapan kitle iletişim araçlarındaki etik ve mesleki sapmaların tespiti ve tartışılması Kamu yararına yayın ile kamu yararına olmayan yayınlann toplum üzerindeki olumsuz etkilerinin tartışılması Türkiye'de yayınlanan gazete, dergi, radyo, televizyon, internet ağının hangi etik değerlerden yola çıkmış olduğunun araştırılması ve <i>Türkiye Gazeteciler Cemiyeti</i>'nin yayınladığı, "Hak ve Sorumluluk Bildirgesi" ne uyulup uyulmadığını araştırılması¹³
Medya Etiği	Amaç, basın meslek etiğinin irdelenmesi ve ortaya çıkan uygulamadaki eksiklerin ve / veya hataların kuramsal bağlamda ve eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmesidir.	<ul style="list-style-type: none"> Tarihsel süveçte bir sosyal olgu olarak ahlak ve bir felsefi kavram olarak etiğin ortaya çıkmışından başlanarak, meslek ilkelertinin ve günümüze gelişinceye kadar basında ortaya çıkan mesleki etik uygulamalar ile bunlara örnek oluşturacak olay ve olgular dersin içeriğidir. Ahlak, Etik, Mesleki Etik kavramları Basın Ahlak Kuralları ve Basında Özdenetim Basın Ahlak Kurallarının Uygulanması : Gömüllü ve Yasaya Dayanan Zorunlu Kuruluşlar Liberal Kuram Otoriter ve totaliter rejimlerin basına yaklaşımları ve etik anlayış Toplumsal sorumluluk kuramı ve liberal kuramla karşılaştırılması Cumhuriyet öncesi dönemde Türk basınında basın ahlakı ile ilgili yasal girişimler Cumhuriyet sonrası dönemde basın ahlakı ile ilgili girişim ve gelişmeler; Birinci Basın Kongresi, Gazeteciler Cemiyeti Basın Şeref Divanı, Basın Konseyi Okur Temsilciliđi¹⁴ Etik ve ahlak kavramı, medya etiği Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki basın meslek ilkeleri Özdenetim kavramı, özdenetim kuruluşları Dunya özdenetim uygulamaları Türkiye'de özdenetimin tarihçesi¹⁵
Medya Etiği	Bu dersin gayesi öğrencilerin, genel olarak medya özel olarak halkla ilişkiler etiğini ve meslek ilke ve prensiplerini öğreterek çalışma hayatında bu ilkelere göre davranmasını sağlamaktır.	<ul style="list-style-type: none"> Etik ve ahlak kavramı, medya etiği Halkla ilişkiler ve reklamcılık alanındaki basın meslek ilkeleri Özdenetim kavramı, özdenetim kuruluşları Dunya özdenetim uygulamaları Türkiye'de özdenetimin tarihçesi¹⁵

13 İstanbul Kültür Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi İletişim Tasarımı (Multimedia) Bölümü, http://www.iku.edu.tr/TR/ects_bolum.php?m=8p=18&f=8r=0&ders_id=2028&ects=ders_detay

14 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, <http://egitimdeyapilanma.istanbul.edu.tr/izlence.php?id=12619>

15 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, <http://egitimdeyapilanma.istanbul.edu.tr/izlence.php?id=30710>

Tablo 1. Yükseköğretim Kurumlarında Medya Ahlakı Odaklı Dersler, Amaçları ve İçerikleri

Ders Adı	Ders Amacı	Ders İçeriği
Kitle İletişim Araçlarında Etik	Kitle iletişimindeki etik kavramları, sunumları, örnekleri irdelemeyi amaçlayan bir bakış açısı sunar.	Etihğin kitle iletişim araçlarında nasıl işlediğini ya da işlemediğini ele alan, örneklerini ve vertebanını güncel kitle iletişim araçları örneklerinden alan bir bakış açısı vardır. Tarihte etik kavramını ele almışımı, farklı uygulamaları, farklı kültürlerin, uluslararası yasaların ve Türkiye'deki kitle iletişim sistemleri ile teknolojinin gelişmesi ile ortaya çıkan yeni dinamiklerini ilişkişisini ele alır ve örnekler. ¹⁶
Medya Etiği	Bu dersin genel amacı; ahlak ve etik kavramlarını tarihsel ve kuramsal bağlamda incelemek, özellikle medya alanında haberçiliğin etik yönlerini tarihsel ve güncel olaylar üzerinden tartışmak ve medyada karşılaşılan etik sorunları örnekleriyle birlikte yorumlayabilmeyi amaçlamaktadır.	Bu derste, genel anlamıyla ahlak ve etik kavramları tartışılarak, özelde medya etiği, medyanın siyasal sistem içindeki etik kodları, medyanın toplumsal sorumluluğu ve habercilik anlayışı irdelenecektir. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ahlak ve Etik ile İlgili Temel Kavramlar ▪ Medya Etiğinin Tarihsel Süreç İçinde Değerlendirilmesi ▪ Farklı Etik Anlayışlar Bağlamında Medya Etiği ▪ Ulusal ve Uluslararası Gazetecilik Meslek İlkeleri ▪ Medyada Müllkiyet ve Kontrol ▪ Medya ve Demokrasi ▪ Medyanın Toplumsal Sorumluluğu ve Hesap verebilirlik ▪ Ombudsmanlık Kurumu ▪ Tabloidleşme ▪ Özel Yaşam, Kişilik Hakları ▪ Haber Kaynakları ile Maddi İlişkiler ▪ Ayrımcılık ve Medya ▪ Kriz Haberciliği ▪ Seçim Kampanyaları, Yargı Haberleri ▪ Yeni İletişim Teknolojileri ve Etik¹⁷
Medya ve Etik	Dersin amacı medya ve etik temel tartışma noktalarını tanıma, etiğin tarihsel ve kuramsal boyutlarını irdelemektir.	Ders çerçevesinde kitle iletişim araçlarının toplum etiği üzerindeki etkisini öngörebilme, reklam ve halka ilişkiler uzmanlarının süreçteki rolünü açıklayabilmek hedeflenmektedir. ¹⁸

16 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, <http://egitimdeyapilanma.istanbul.edu.tr/tzlenca.php?id=12540>17 Mersin Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, http://oibs.mersin.edu.tr/oibs/_modul/_www_bologna/?id=/course&program=259&yl=28;sb_id=2352718 Okan Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Halka İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, <http://ubyo.okan.edu.tr/sayfa/halka-ihiskiler-ve-reklamcilik-bolumu-ders-icerik>

İletişim fakültelerinde ders isimlerindeki tercihler ve ders içeriklerinin belirlenmesi ile aşağıda listesi sunulan ders kaynakları dikkate alındığında, teorik düzeyde ortak kabuller bir yana çalışma alanının sınırlarının henüz netleşmediği görülecektir.

Yükseköğretimde okutulan derslere dair tabloda sunulan ders bilgileriyle birlikte üniversitelerin İnternet sitelerinde duyurulan aşağıda listesi verilen medya ve etik eksenli olarak kullanılan ders kitapları, iletişim fakültesi öğrencilerinin beslendiği ve akademinin dayandığı bilgi kaynaklarını göstermesi açısından önemlidir.

Akademik çalışmaların en önemli ve somut ürünü olan yüksek lisans ve doktora tezleri de akademinin konuya ilgisini, bakışını ve konuyu ele aldığı çerçeveyi sunması açısından önemli bir göstergedir. Yüksek Öğretim Kurulu'nun tez tarama merkezinden *medya etiği*, *medya ahlakı*, *medya ve etik*, *iletişim etiği*, *iletişim ve etik*, *basın ahlakı*, *gazetecilik ahlakı* vb. dizi terimler üzerinden yapılan tarama ile ulaşılabilen tezlerin künyeleri liste hâlinde aşağıda sunulmuştur.

Ders Kitap ve Kaynakları

Üniversitelerin iletişim fakültelerinde verilen medya etiği derslerinde kullanılan/önerilen bazı kaynaklar şunlardır:

- Alankuş, S. (Ed.). (2003). *Medya, etik ve hukuk*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun kuralı: Basında özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Basın Konseyi. (2003). *Basın Konseyi sözleşmesi ve basın meslek ilkeleri*. İstanbul: Cem Ofset.
- Bauman, Z. (1998). *Postmodern etik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (Ed.). (1998). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (Çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bertrand, C. J. (2004). *Medya etiği*. Ankara: Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müd.
- Chomsky, N. (1995). *Medya denetimi İmmediast bildirgesi*. İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.
- Cohen-Almagor, R. (2002). *İfade, medya ve etik* (Çev. S. N. Şad). Ankara: Phoenix Yayınları.

- Çaplı, B. (2002). *Medya ve etik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çaplı, B. ve Tuncel, H. (Ed.). (2009). *Televizyon haberciliğinde etik*. Ankara: Fersa Matbaacılık.
- Erdoğan, İ. (Ed.). (2006). *Medya ve etik*. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi, 23.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda haberin magazinelleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kant, I. (2000). Aydınlanma nedir? Sorusuna yanıt (Çev. N. Bozkurt). *Toplum ve Bilim*, 11, 17-21.
- Kuçuradi, İ. (2003). Etik ve etikler. B. Çotuksöken (Ed.), *Felsefe söyleşileri I-II* içinde. İstanbul: Maltepe Üniversitesi Yayınları.
- ODTÜ (2001). *I. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi, 12-13 Kasım 2001, Bildiriler Kitabı*. Ankara: ODTÜ.
- ODTÜ (2006). *II. Ulusal Uygulamalı Etik Kongresi, 18-20 Ekim 2006, Bildiriler Kitabı*. Ankara: ODTÜ.
- Tepe, H. (Ed.). (2000). *Etik ve Meslek Etikleri: Tıp, İşletme, Medya ve Hukuk*. Ankara: TFK Yayınları.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. *Türkiye gazetecileri hak ve sorumluluk bildirgesi*. <http://www.tgc.org.tr/bildirge.html>. 26 Aralık 2008 tarihinde edinilmiştir.
- Uzun, R. (2007). *İletişim etiği*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı.

Yüksek Lisans Tezleri

- Arzova, B. (2006). *Reklamveren ve reklam ajansı açısından reklam etiği ve bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslanel, M. N. (1993). *Kamuoyu ve kamuoyunun oluşmasında kitle haberleşme araçlarının rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Atatunç, C. (2006). *Ahlak ve etik değerlerin çağdaş basına yansımaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

- Bal, A. (1990). *Türkiye’de televizyon reklamlarında gerginlik yaratıcı stratejiler ve unsurlar*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bişgin, T. (2009). *Basın meslek ahlakı ve özdenetimin günümüzdeki uygulamaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bulut, R. (2002). *Türk basınında promosyon ve tüketiciyi koruma çalışmaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çağlak, E. (2006). *Basın etiği kapsamında gizli kamera kullanımı ve haberciliğin Arena programı örneği ile irdelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuş, S. (2010). *Yerel medya ve etik: Konya örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çil, S. (2007). *Televizyon haberlerinde etik: Karşılaştırmalı haber içerik analizleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çoban, S. (2006). *İletişim fakültesi öğrencilerinin internet haberciliğinin güvenilirliğine ilişkin tutumları: İstanbul, Ankara ve İzmir illerini kapsayan bir uygulama örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Çöteli, S. (2009). *Güvenilirlik ve etik açıdan sanal gazeteler*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Çubukçu, F. M. (2010). *Türkiye’de bir uzmanlık alanı olarak savaş muhabirliği: Irak Savaşı örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dalbudak, Ş. (1996). *Türkiye’de basın işletmeciliğinin doğuşu ve gelişimi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi, İstanbul.
- Demir, Ü. (2006). *Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne giriş sürecinde gazetelerin kamuoyu oluşturma işlevinin haber söylemlerine yansımaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Doğan, Z. D. (2008). *Doğru haber ve bilgi verme görevi doğrultusunda gazetecilerin haber kaynaklarını açıklamama haklarının basın özgürlüğündeki yeri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Emre, H. (2009). *Türkiye'deki gazetecilerde profesyonellik düzeyinin belirlenmesine yönelik bir alan araştırması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erim, A. (1994). *Televizyon haberlerinde etik ve toplumsal sorumluluk*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Ertekin, B. A. (2006). *Gazetecilik meslek etiğinin kuramsal açıdan incelenmesi ve bir uygulama olarak 11 Eylül 2001 olayının Türkiye ve Kanada gazetelerindeki yansımaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Gizligider, F. (2010). *Gazetecilik meslek etiğinin kuramsal açıdan incelenmesi ve örnek olay olarak Hrant Dink cinayetinin Türk basınına yansımaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Görkey, D. (2008). *İnternet reklamcılığı: Etik ve hukuk sorunsalı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürda, A. (1994). *Haber metinlerinin söylemsel analizi üzerine bir çalışma: Haberin tarafsızlığı açısından Türk basınında temizlik işçileri grevi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güzel, A. (2010). *Cevap ve düzeltme hakkı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Işık, D. (2007). *1980 sonrası Türk yazılı basınının etik açıdan değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Işık, U. (2001). *Sanal gazetecilik: Özgürlüğe kaçış aracı olarak internet*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karabıyık, S. (2001). *Basın etiği kapsamında gizli kamera kullanımı ve habercilik*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karahasanoglu, T. (1992). *Türkiye'de basın işletmelerinde endüstriyel ilişkiler*. Yayınlanmamış profesörlük tezi, İstanbul.
- Koç, A. (2007). *RTÜK kararları çerçevesinde Türkiye televizyon haberlerinde etik*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Muter, C. (2002). *Bilinçaltı reklamcılık: Bilinçaltı reklam mesajlarının tüketiciler üzerindeki etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Onursoy, S. (2001). *Online haber yayıncılığında görsel tasarım boyutu: Haber siteleri örnekleri üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özaydın, B. (2010). *Teknoloji kültürü ve etik*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Özdemir, S. (2006). *Türk medyasındaki gazetecilerin medya etiğine yaklaşımları: İstanbul örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Palacı, H. (1998). *Yazılı basında memur eylemleri: Egemen söylemin yeniden inşası üzerine bir örnek olay çalışması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Paşalı, N. (1995). *Basında oligopostik yapı ve tekelleşme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Savaşeri, S. (2003). *İnternet ortamında haber sunumunun gazetecilik bakış açısıyla değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Taş, O. (2004). *Yönleşme ve medya endüstrisi: İletişim alanında yönleşme eğilimleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ulaş, S. (2009). *Print media advertorilas and ethical dimensions*. Unpublished master thesis, Yeditepe University, İstanbul.
- Ülgen Kaya, E. (2006). *Basın etiği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, H. (2008). *Medya işletmeleri ve yapısal sorunları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Doktora Tezleri

- Arvas, İ. S. (2010). *Cumhuriyet döneminde basında etik bağlamda ortaya konulan uygulamalar ve bir meslek örgütü: Basın Konseyi*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Aytekin, P. (2009). *Reklamda etik: Türkiye’de televizyon reklamlarının etik açıdan incelenmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Çaylı Rahte, E. (2009). *Kamusallık, mahremiyet, medya: “Kadın tartışma programları” üzerine etnografik bir inceleme*. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kars, N. (1996). *Yazılı basından televizyona geçişte tekelleşme eğilimleri açısından televizyon haberciliği*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oğuz, C. (2007). *Türk basını’nda etik sorunu ve “tetikçilik” kavramı*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oktay, M. (1990). *Kitle iletişim araçlarının uluslararası sorumluluğu ve iletişim ahlak kuralları*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özdemir Akbay, H. (2009). *Televizyon reklamlarında etik ve marka sadakati ilişkisi üzerine bir araştırma: Ankara ili örneği*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uçak, O. (2010). *Mesleki etik kapsamında basının adil yargılanma hakkı ilkesine yaklaşımı*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yağlı, S. (2003). *1980 sonrası Türk yazılı basınındaki yapısal değişimin haber söylemine yansımaları*. Yayınlanmamış doktora tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yaman, F. (2009). *Reklamcılık sektöründe reklam etiği algılamasının değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Yurdigül, Y. (2007). *Avrupa Birliği’ne uyum sürecinde ulusal kimlik olgusu ve ulusal kimliğin televizyon haberlerinde sunumu*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dördüncü Kaynak Grubu: Çeşitli Türlerde Yayınlar

1980 sonrasında yapılan akademik toplantılar (panel, sempozyum vs.) ile çoğunluğu 1990’lı yıllardan sonra hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin kitap olarak basılması, medya ahlakı literatürünün önemli iki

unsurudur. Bunların yanı sıra Batı'da yapılan çalışmaların tercüme edilerek yayımlanması Türkiye'de medya ahlakı literatürünün önemli bir yekûnunu tutmaktadır. Bu çerçevede yüksek öğretimde okutulan ders kitaplarının çoğunun tercüme eserler olduğu, yayımlanmış ve çoğu da derleme olan çalışmaların büyükçe bir kısmının Avrupa Birliği bağlantılı projeler ile uluslararası çalışmalar yürüten diğer Batılı vakıf ve basın kuruluşlarının yaptığı ortak çalışmaların bir ürünü olarak ortaya çıktığı söylenebilir.

Medya ve ahlak ilişkisi üzerine yayımlanmış kitaplarda da henüz sınırları ve kapsamı belirlenmiş teorik bir çerçeveden ve kavramsal düzeyde bir ortaklığın yakalandığından söz etmek güçtür. Kitabın isminde *ahlak* kavramı tercih edilirken, konuların işlenişinde *etik* kavramının merkeze alındığı kitaplar ve makaleler –veya tersi– görülebilmektedir. Dolayısıyla medya ahlakı ve meslek ilkeleriyle ilgili yeterli düzeyde istifade edilebilecek tutarlı, kavramsal bütünlüğü olan, ciddi bir literatürün oluşmadığını söylemek abartı olmayacaktır. En azından konunun basın veya medya ahlakı mı, yoksa medya veya iletişim etiği olarak mı ele alınacağı henüz netleşebilmiş değildir. Türkiye'de yükseköğretimin yaygınlaşması, yükseköğretimde medya ve iletişim alanına dair bölüm ve programların artması, medyanın yeniden yapılanmaya başlaması, yeni enformasyon teknolojilerinin klasik gazetecilik işleyişinin ötesinde imkânlar sunuyor olması vb. unsurların oluşturduğu atmosferde medya ahlakının düşünsel kaynakları ile teori ve pratiğin buluştuğu zeminlerin çoğalacağı ve çoğullaşacağı öngörülebilir. Bu da yayınları gerek kendi içinde gerekse alanın genel sorunları bağlamında yeni ve yeniden ele almayı gerekli kılmaktadır.

Aşağıda medya ve etik eksenli olarak yayımlanmış eserlerden bazıları *telif eserler*, *derleme eserler*, *çeviri eserler* ve *makaleler* başlıklarında sunulmuştur:

Telif Eserler

- Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de medya endüstrisi: Neoliberalizm çağında mülkiyet ve kontrol ilişkileri*. Ankara: Ütopya.
- Alemdar, Z. (1990). *Oyunun kuralı: Basında özdenetim*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Alver, F. (2007). *Gazeteciliğin kuramsal temelleri*. İstanbul: Beta.
- Arıcan M. Z. (2004). *Haber fotoğraflarını oluşturan öğeler açısından Türkiye ulusal basınında fotoğraf seçim ölçütlerinin belirlenmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yay.

- Aslan, K. (2002). *Haberin yol haritası*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Atalay, İ. (1984). İletişim olayları ve Türk basınının sorunları: Türk basınında personel yönetimi. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Avşar, B. Z. ve Demir, V. (2005). *Düzenleme ve uygulamalarla medyada denetim*. Ankara: Piramit Yayıncılık.
- Basın Konseyi. (2003). *Basın Konseyi sözleşmesi ve basın meslek ilkeleri*. İstanbul: Cem Ofset.
- Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü. (2008). *Medya profesyonellerinin ve medyanın aile algısı*. Ankara: ASAGEM Yayınları.
- Bek, M. G. ve Binark, M. (2000). *Medya ve cinsiyetçilik*. Ankara: A. Ü. Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi.
- Birsen, H. (2005). İşgören niteliği ve üretim süreci açısından haber sitelerinin basın etiği kurallarını uygulayabilme yeterliliği. Eskişehir: A. Ü. Yayınları.
- Bumin, K. (1998). *Medyakronik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bülbül, R. (2001). *Haberin anatomisi ve temel yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bülbül, R. (2001). İletişim ve etik. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Cereci, S. (2003). *Medya etiği*. İstanbul: Metropol.
- Çaplı, B. (2001). *Televizyon ve siyasal sistem*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve etik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Dedeoğlu, G. (2009). *Etik ve bilişim*. İzmir: Etki Yayınları.
- Demir, V. (1998). *Türkiye’de medya ve özdenetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demir, V. (2006). *Medya etiği*. İstanbul: Beta.
- Dönmezer, S. (1976). *Basın ve hukuku*. İstanbul: İ.Ü. Yayınları.
- Dursun, Ç. (2001). *TV haberlerinde ideoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Ergül, H. (2000). *Televizyonda haberin magazinelleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Geçgel, B. A. (2005). *Medya piyasalarında hukuki düzenlemeler ve rekabet hukuku uygulamaları*. Ankara.
- Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilikte etik*. İstanbul: İnkılâp.

- Hatemi, H. (1976). *Basın ahlâkı*. İstanbul: Çığır Yayınları.
- İçel, K. (1990). *Kitle Haberleşmesi Hukuku*. İstanbul: Beta.
- İnal, A. (1996). *Haberi okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- Kamburoğlu, Ö. (2003). *Basında haber fotoğraf kullanımı*. Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Karabay, N. (2000). *Gazetecilik ve haber*. İzmir: Meta Basım.
- Kaya, A. R. (1985). *İletişim sistemleri: Basın, radyo ve televizyon yayınlarının düzenlenmesi*. Ankara: Teori.
- Kızıl, N. E. (1998). *İletişim özgürlüğü ve medyada oto-kontrol*. İstanbul: Beta.
- Nebiler, H. (1995). *Medyanın ekonomi politiği: Türk basınında tekelleşme ve basın ahlakının çöküşü*. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Öngören, G. (1998). *Medya ile mücadele rehberi*. İstanbul: Çınar Yayınları.
- Özek, Ç. (1996). *Basın kendini sorguluyor*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Özer, Ö. (2008). *Liberal basın anlayışı: Objektif habercilik ideali, haber değeri ve gazetecilik etiği*. Eskişehir: A. Ü. Yayınları.
- Özgen, M. (2002). *Gazetecinin etik kimliği*. İstanbul: İ. Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.
- Özgen, M. İ. (1994). *İnsanlık ve sosyolojik boyutlarıyla basın meslek ahlakı ve yasaları*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özgen, M.İ. (1988). *Basın ahlak kuralları ve yasalar*. İstanbul: Kardeşler Basımevi
- Parsa, S. (1993). *Televizyon haberciliği ve kuramları*. İzmir: E.Ü. Basımevi.
- Perin, C. (1974). *Tarih boyunca düşünce ve basın özgürlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Reyizoğlu, K. (2003). *Medyada etikçiler, tetikçiler*. İstanbul: Basın Birliği Derneği Yayınları.
- Sağnak, M. (1996). *Medya politik*. İstanbul: Eti Kitapları.
- Sen, E. (1996). *Özel hayatın gizliliği ve korunması*. İstanbul: Kazancı Yayınevi.
- Şahin, H. (1991). *Yeni iletişim ortamı: Demokrasi ve basın özgürlüğü*. İstanbul: Basın Konseyi Yayınları.

- Tılıç, L. D. (1998). *Utaniyorum ama gazeteciyim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tılıç, L. D. (2001). *2000'ler Türkiye'sinde gazetecilik ve medyayı anlamak*. İstanbul: Su Yayınları.
- Uğurlu, F. ve Öztürk, Ş. (2006). *Türkiye'de televizyon haberciliği*. Konya: Tablet Yayınları.
- Uzun, R. (2007). *İletişim etiği: Sorunlar ve sorumluluklar*. Ankara: G. Ü. İletişim Fakültesi.

Derleme Eserler

- Alankuş, S. (Ed.). (2003). *Gazetecilik ve habercilik: Habercinin el kitabı*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alankuş, S. (Ed.). (2003). *Medya, etik ve hukuk*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alankuş, S. (Ed.). (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve medya*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alemdar, K. (Ed.). (1999). *Medya gücü ve demokratik kurumlar*. Ankara: Tüses-Afa Yayını.
- Bilgili, C. (Ed.). (2005). *Medya eleştirileri: Toplumsal etkiler*. İstanbul: Beta.
- Çaplı, B. ve Tuncel, H. (Ed.). (2009). *Televizyon haberciliğinde etik*. Ankara: Fersa Matbaacılık
- Damlapınar, Z. (Ed.). (2005). *Medya ve siyaset ilişkileri üzerine*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İrvan, S. (Ed.). (2002). *Medya-kültür-siyaset*. Ankara: Alp Yayınevi.
- Konrad Adenauer Vakfı. (Ed.). (2000). *Türkiye ve Almanya'da gazetecilikte etik*. Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayınları.
- Sayımer, İ. ve Eraslan Yayınoğlu, P. (Ed.). (2007). *Halkla ilişkiler ve reklam üzerine etik değerlendirmeler*. İstanbul: Beta.
- Talu, U. (Ed.). (2000). *Dipsiz medya*. İstanbul: İletişim yay.
- Tan Akbulut, N. (Ed.). (2005). *Medya eleştirileri: Gelişime ilişkin değerlendirmeler*. İstanbul: Beta.

Çeviri Eserler

- Almagor, R. C. (2002). *İfade, medya ve etik* (Çev. S. N. Şad). Ankara: Phoenix Yayınevi.

- Baudrillard, J. (2001). *Tam ekran* (Çev. B. Gülmez). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Belsey, A. (1998). *Mahremiyet, aleniyet, siyaset, medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (Çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Belsey, A. ve Chadwick, R. (Ed.). (2011). *Medya ve gazetecilikte etik sorunlar* (Çev. N. Türkoğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu, P. (2000). *Televizyon üzerine* (2. baskı, Çev. T. Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Budd, F. J. (1998). *Halkla ilişkilerde etik ikilemleri* (Çev. N. Nirven ve A. Ünver). İstanbul: Rota Yayınları.
- Groombridge, B. (1991). *Televizyon ve insanlar* (Çev. İ. Şener). İstanbul: Der Yayınları.
- Herman, E. S. ve Chomsky, N. (1998). *Medya halka nasıl evet dedirtir: Kitle iletişim araçlarının ekonomi politiği* (Çev. B. Akyoldaş, İ. Kaplan ve T. Han). İstanbul: Minerva Yayınları.
- Keane, J. (1992). *Medya ve demokrasi* (Çev. H. Şahin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Matelski, M. J. (2000). *TV haberciliğinde etik* (Çev. B. Ö. Düzgören). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- MacBride, S. (Ed.). (2009). *Birçok ses tek bir Dünya: İletişim ve toplum / bugün ve yarın, UNESCO-MacBride raporu* (Çev. E. Özkök). Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komitesi Yayını.
- Morresi, E. (2006). *Haber etiği: Ahlaki gazeteciliğin kuruluşu ve eleştirisi* (Çev. F. Genç). Ankara: Dost.
- Pieper, A. (1999). *Etiğe giriş* (Çev. V. Atayman ve G. Sezer). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Postman, N. (2004). *Televizyon öldüren eğlence: Gösteri çapında kamusal söylem* (Çev. O. Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Radford, B. (2004). *Medya nasıl yanlıyor? Basının, aktivistlerin ve reklamcılarının yanlış yönlendirmesi* (Ed. A. Akdaş). İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Schneider, W. ve Rause, P. J. (2000). *Gazetecinin el kitabı* (Çev. I. Aygün). İstanbul: İ. Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.

Makaleler

- Akçan, L. (1986, Mayıs). *Türk basını içinde Anadolu basınının sorunları ve sorumlulukları: Türk basınının kendi kendini kontrolü*. Türk Basınının Sorunları Sempozyumunda sunulan bildiri, Ankara Üniversitesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu, Ankara.
- Aktuğlu, K.I. (2006). Tüketicinin bilgilendirilmesi sürecinde reklam etiği. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, s. 1-20.
- Atabek, N. (1999). Gazetecilikte tarafsızlık. *Marmara İletişim Dergisi*, 7, s. 23-36.
- Avşar, Z. (2002). Medyada klasik etik kodlar bir illüzyon mu? *Selçuk İletişim Dergisi*, 2 (3), s.35-49 .
- Banar, S. (2006). Medyada etik sorumluluk anlayışı: 2005 yılında Türk medyasına ilişkin değerlendirmeler. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24, s. 45-53.
- Barlas, M. (1986, Mayıs). *Basında otokontrol ve Basın Ahlak Yasasının olması gereken temel ilkeleri*. Türk Basınının Sorunları Sempozyumunda sunulan bildiri, Ankara Üniversitesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu, Ankara.
- Budak, L. (1995). Baskı grupları - basın ilişkisi: Bir baskı grubu olarak basının değerlendirilmesi, düşünceler. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8, s. 199-228.
- Büker, S. (1996). Medyanın sunduğu “Yeni ahlak”. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-I)*, 2 (11), s. 127-130.
- Çetinkaya, H. (1996). Basın özgürlüğü mü iletişim özgürlüğü mü? *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-I)*, 2 (11), 295-305.
- Dönmezer, S. (1969). Basında oto-kontrol. İ. Ü. Hukuk Fakültesi Mecmuası, 34(1-4), 3-6.
- Dursun, Y. (2000). Hakikat ve haber ilişkisi. *RTÜK İletişim Dergisi*, 15, s. 22-30.
- Ekşi, O. (1996). Basın özgürlüğü diye bir kavram yoktur. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı- I)*, 2 (11), s. 251-252.
- Elden, M. ve Ulukök, Ö. (2006). Çocuklara yönelik reklamlarda denetim ve etik. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, s. 1-22.
- Engin, A. (1999). Medya ahlakı, gazetecinin kendi ahlakından ibarettir. *Birikim Dergisi (Medya ve Etik Özel Sayısı)*, <http://www.birikimdersisi>.

com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=108&dyid=2521 adresinden 24.07.2009 tarihinde edinilmiştir.

- Erdoğan, İ. (2006). Medya ve etik: Eleştirel bir giriş. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 23, s. 1-26.
- Erinç, O. (1986, Mayıs). *Türk basınının sorunlarına genel bir bakış*. Türk Basınının Sorunları Sempozyumunda sunulan bildiri, Ankara Üniversitesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu, Ankara.
- Eroğlu, E. ve Atabek N. (2006). İletişim fakültesi öğrencilerinin 'Etik eğitimi'ne ve 'İletişim etiği'ne ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, s. 1-20.
- Eryılmaz, T. (1999). Gazeteci kendine de sormalı. *Birikim Dergisi (Medya ve Etik Özel Sayısı)*, <http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=108&dyid=2520&yazi=Gazeteci%20Kendine%20de%20Sormal%fd> adresinden 24.07.2009 tarihinde edinilmiştir.
- Güllüoğlu, Ö. (2006). *Halkla ilişkiler mesleğinde etik anlayışı*. http://if.kocaeli.edu.tr/hitsempozyum2006/kitap/14-Ozlem_Gulluoglu.pdf adresinden 24.07.2009 tarihinde edinilmiştir.
- Gürcan, H. İ. (2005). İnternet haberciliğinde etik değerler. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 22, s. 15-21.
- Güreli, N. (1996). Basında sorumluluğun çeşitli boyutları. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-I)*, 2 (11), s. 253-259.
- Güz, N. (1997). Türk basınında kamuoyu araştırmalarının yönlendirme araç olarak kullanılması. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), s. 45-73.
- Işıkoğlu, D. (2003). Gerçeğin peşinde günümüz medyası ve izleyicisine bir bakış: Truman show. İstanbul İletişim Fakültesi Dergisi, 17.
- İnal, A. (1994). Haber üretim sürecindeki farklı yaklaşım. *ILEF Yıllık*, 3, s. 155-177.
- İnal, A. (1995). Yazılı basın haberlerinde yapısal yanlılık sorunu. *Toplum ve Bilim*, 67, s. 111-134.
- Kapan, İ. (1996). Medya ve ahlak. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-I)*, 2 (11), s. 136-139.
- Karaca, Y., Pekayman, A. ve Güney, H. (2007). Ebeveynlerin televizyon reklamlarının içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini etik açıdan

algılamalarına yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (2), s. 233–249.

- Karaismailoğlu, E. (1996). Basın ve etik. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-I)*, 2 (11), s. 131–133.
- Kaya, F. (2005). Kopyala yapıştır gazeteciliği. *Akademi İletişim Dergisi*, 1, s. 63–66.
- Kılıç, D. (2005). Haber yapma sürecinin belirleyici unsurları ve basın ahlak. *Selçuk İletişim*, 3 (4), s. 130–141.
- Kızılbay, İ. (2002). Mesleki bir ilke olarak objektif haber. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 15.
- Kocamemi, B. (2002). Reklamlar ve reklam etiği sınırları: Nerede ve nasıl çizelim? *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 2, s. 229–238.
- Kongar, E. (2003). Medya notu: Medyanın sorumluluğu. http://www.kongar.org/medyanotu/274_Medyanin_Sorumlulugu.php adresinden 24.07.2009 tarihinde edinilmiştir.
- Korkmaz, F. (2005). Erzurum’da meydana gelen O. T. olayının iletişim etiği ve iletişim hukuku bakımında değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21.
- Kurtböke, O. (1986, Mayıs). *Basın ahlakı üzerine*. Türk Basınının Sorunları Sempozyumunda sunulan bildiri, Ankara Üniversitesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu, Ankara.
- Kurtoglu, S. (2003). Haberin söylemini çözümlemek. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 17.
- Lubbe, H. ve Bilge, G. (2002). Medyayı kullanmanın etiği: Ahlaki bir meydan okuyuş olarak medya tüketimi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (12).
- Merrill, C. J. (1994). Machievelli’ci gazetecilik: Yaşlı kurtla etik üzerine kısa görüşme (Çev. F. M. Binark). *Marmara İletişim Dergisi*, 5, s. 123–136.
- Mora, N. (2004). Türk yazılı basınında haber anlayışı. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19.
- Odyakmaz, N. (2002). Sermayenin gelişimi ve bir üstyapı ögesi olarak medya. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18.
- Özdemir, U. (2006). Meslek ahlakı ve medya. *Köprü Dergisi*, 95.

- Özgenç, İ. ve Sözüer A. (1996). Steril gazeteci, pastörize haber, diyet gazete ve basın özgürlüğü. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-1)*, 11, s. 282-292.
- Tepe, H. (2000). Basın etiği ya da basının etik sorunları üzerine. H. Tepe (Ed.), *Etik ve meslek etikleri* içinde (s. 121-136). Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu.
- Tılıç, L. D. (1999). Milliyetçilik ve yeni sahiplik yapısı kısılcacında Türk medyası. *Birikim Dergisi (Medya ve Etik Özel Sayısı)*, <http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=108&dyid=2523&yazi=Milliyet%e7ilik%20ve%20Yeni%20Sahiplik%20Yap%fd%fd%20K%fdskac%fdnda%20T%fcrc%20Medyas%fd> adresinden 24.07.2009 tarihinde edinilmiştir.
- Topçuoğlu, N. (1996). Basında reklam ve tüketim olgusu. *Yeni Türkiye (Medya Özel Sayısı-1)*, 2 (11), s. 45-475.
- Underwood, M. (2002). Kamusal alan olarak internet. *Cogito Dergisi*, 30, 121-142.
- Ünlüer, A. O. (2006). Medyada etik söylem ve medya etiğini biçimleyen temel belirleyiciler üzerine bir değerlendirme. *Küresel İletişim Dergisi*, <http://globalmedia-tr.emu.edu.tr/> adresinden 25.07.2009 tarihinde edinilmiştir.
- Yolcu, E. (2005). Holdingleşen medya, yeni haber söylemi ve etik: Hürriyet ve Star Gazetesi örneği. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 21.

Kaynakça

Aydın, H. (2010). Cemiyet-i Matbuat-ı Osmaniye: Kuruluşu ve basında tartışmalar. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 27, 553-569.

Çağdaş Gazeteciler Derneği. (2011). *İlkelerimiz*. <http://www.cgd.org.tr/index.php?Did=6> adresinden 28 Aralık 2011 tarihinde edinilmiştir.

Doğan Yayın Holding Yayın Konseyi. (2009). *2008 faaliyet raporu*. İstanbul: DYH.

Girgin, A. (2000). *Yazılı basında haber ve habercilikte etik*. İstanbul: İnkılâp.

Özgenç, M. (2002). *Gazetecinin etik kimliği*. İstanbul: İ. Ü. İletişim Fakültesi Yayınları.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti. *Türkiye gazetecileri hak ve sorumluluk bildirgesi*. <http://www.tgc.org.tr/bildirge.html>. 26 Aralık 2008 tarihinde edinilmiştir.