İletişim ve Medya İlişkileri Yönetiminde
Mesleki İlkeler

Amaç:

Bu metin, kamuoyunun doğru bilgi ve habere ulaşmasında kendi sorumluluklarını azami ölçüde yerine getirmek ve bu amaçla en yüksek anlayış ve işbirliği içinde sağlıklı bir iş modeli oluşturmak amacıyla, medya mensuplarının, iletişim profesyonellerinin, kurum/şirketlerin üst yönetim ve kurumsal iletişim yöneticilerinin meslek örgütleri tarafından hazırlanmıştır.

Kılavuz niteliğinde hazırlanmış olan bu metin, tarafların imzasıyla bir taahhüt niteliği kazanmaktadır. Taraflar, gerek bu ilkelerin yaygınlaştırılması, gerekse mükemmelleştirilmesi ve uygulamanın izlenmesi konusunda da işbirliği yapma hususunda anlaşmıştır.

Tanımlar:

1. **İş Modeli:** Kamuoyunun doğru ve eksiksiz, zamanında ve tarafsız haber alabilmesi için tarafların karşılıklı anlayış ve işbirliği içinde çalışmasını düzenleyen ilkeler bütünü

2. **Taraflar (Alfabetik):** Bilişim Medyası Derneği (BMD), Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD), İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA), Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD), Reklamverenler Derneği (RVD), Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC), Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD), TOBB Türkiye Medya ve İletişim Meclisi, Türk Sanayicileri ve İşinsanları Derneği (TÜSİAD)

3. **Medya Mensubu:** Gazete, dergi, TV, radyo, internet medyasını yöneten ve çalışan, kişisel dijital ve sosyal medya hesaplarında haber yapan/sunan ve/veya haber içeriğine karar veren kişiler

4. **İletişim Profesyoneli:** Her türlü kurum/şirketin iletişim yönetiminden sorumlu yetkilileri ile her türlü kurum/şirkete iletişim danışmanlığı/halkla ilişkiler hizmeti veren ajanslar

5. **Kurum/Şirket Yöneticileri:** Her türlü kurum/şirketin ve iletişim ajanslarının karar verici konumundaki üst yönetimi

6. **Ambargo:** Herhangi bir haberin ya da bilginin, kaynağı tarafından belli bir tarihe veya belli koşulların yerine gelmesine kadar yayınlanmaması talebi; kaynak ile basın mensubu arasında bu yönde sağlanan 'centilmenlik anlaşması'

7. **Off the Record:** Basın mensubuna, kaynağını gizleyerek kullanması veya sadece konunun/haberin arka planını değerlendirebilmesi için yayınlanmaması koşuluyla verilen bilgi

8. **Akreditasyon:** Genel anlamda yetki, yeterlilik ve güvenilirliğin belgelenmesi anlamına gelmekle birlikte, bu metinde

Genel İlkeler:

Taraflar;

9. İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'ndeki ilkeleri benimser.
https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/insanhaklari/pdf01/203-208.pdf

10. T.C. Anayasası'na, yasalarına ve mevzuatına riayet eder; ilgili kanun ve yönetmeliklerin güncellenmesi hususunda ilgili kurumlar nezdinde işbirliği içinde çalışır.

11. Karşılıklı olarak mesleklerinin hak, değer ve itibarını korumak için özen gösterir. Güvenilirlik, dürüstlük, şeffaflık, sorumluluk ve adil olma ilkelerine bağlı kalır, aralarında gizli ve özel anlaşma ile çıkar birliği oluşturma, ödüllendirme, rüşvet, baskı ve manipülasyonu kabul etmez.

12. Toplumun örf, adet, gelenek ve göreneklerine, ahlak anlayışına saygı gösterir. İletişim profesyoneli tarafından hazırlanan içeriklerde ve medya mensubunun hazırladığı haberlerde, ön yargılı, ayırımcı, karalayıcı, aşağılayıcı, suçlayıcı ve nefret içeren ifadeler kullanılmaması hususunda işbirliği yapar. Olumsuz davranış ve alışkanlıklarla ilgili özendirmeye neden olabilecek içerik oluşturmaktan kaçınır.

13. Türkçe dilinin doğru kullanımına, toplumun geniş kesimlerinin anlayabileceği şekilde yazılı ve sözlü ifadeye özen gösterir.

14. Örtülü reklam tanımının amacını aşmaması, halkın haber alma hakkını engellememesi, olağan haber trafiğini aksatmaması için, mecra yöneticileri, denetleme kurumları ve karar vericilerle birlikte açık kriterler üzerinde mutabakat sağlanması için çalışır.

15. Fikri mülkiyet haklarına saygı gösterir.

Taraflar, uymayı taahhüt ettikleri bu genel ilkeler dışında, aşağıdaki hassas konularda da tam bir karşılıklı anlayış ve işbirliği içinde, bu metinde belirlenen çerçeveye uygun olarak hareket edeceklerini beyan eder.

Kurum/Şirket Yöneticileri ve İletişim Profesyonelleri;

16. Temsil ettiği şirkete, markaya, kuruma ait içeriği, mecraların ihtiyaç ve beklentisine uygun biçimde hazırlar ve medya mensubunun değerlendirmesine sunar.

17. Sunduğu içeriğin haber, röportaj, yorum vb. olarak yayınlanmasının garantisi olmadığının bilincindedir.

18. Haberin yayınlanması veya yayın öncesinde haber metni ve görsel malzemenin kendi onayından geçmesi için medya mensubuna telkinde bulunmaz, baskı uygulamaz ve tehdit etmez.

19. Kurum/şirket ya da ajans için performans kriterlerinde; yayınlanan haberin kapladığı alan, reklam eşdeğeri, erişim veya haber adedi kriterlerinin, haberin etki ölçümü amacıyla kullanılmasını önermez. Performans ölçümlerinin algı, itibar ve/veya pazar araştırması ile yapılmasını savunur.

20. Temsil ettiği kurum ve şirketlerin reklam güçlerini kullanarak haberlerin yayınlanmasını veya yayınlamamasını sağlama eğilimlerine karşı durmayı meslek ilkelerinin bir gereği olarak görür, bu tarz bir ilişkiye aracılık etmez.

21. Sözcüsünün, aynı anda birden fazla basın mensubuyla buluştuğu durumlarda, tüm katılımcıların habere eşit biçimde erişimini sağlar. Görüşmelerin, mümkün olan en kısa vadede, mümkün olan en geniş mecra yelpazesine bilgiye erişim imkânı tanıyacak şekilde organize edilmesi hususunda hassasiyet gösterir.

22. Yayınlanan haber için maddi ödüllendirme yapmaz. Basın buluşması ve gezilerinde, davet sahibinin ürün ve hizmeti ile doğrudan ilgili olsa dahi, basın mensuplarına yüksek değerli armağan verilmesini teklif etmez, basın mensupları arasında çekilişle hediye dağıtmaz.

23. Medya mensubunun herhangi bir ürün ve hizmet hakkında objektif bir fikir sahibi olması için deneme amaçlı ürün gönderiminde bulunduğunda, kullanım süresini sınırlanması ve ürünün iade edilmesi prensibine riayet eder, tarafların itibarını korumak açısından, deneme amaçlı ürün gönderimini, ürünün kullanım, iade koşullarını bir protokolle tespit eder.

24. Medya mensuplarına, politik gerekçelerle, keyfi olarak veya kamuoyunun bazı haberleri almasını engelleme maksadıyla 'akreditasyon' uygulamaz. Mekân ve bütçe kısıtları ile güvenlik gerekleri çerçevesinde katılımın sınırlanması gereken etkinliklerde, başvuru sırasına göre basın mensuplarını akredite eder. Akreditasyon uygulanacaksa bunu organizasyondan önce nedenleriyle birlikte açıklar. Etkinliğe katılamayanlara yakın zamanda bir başka imkân yaratmayı görev bilir.

25. Akreditasyon uygulanan etkinliklere hangi basın mensubunun katılacağını başvuru yapan medya kuruluşunun belirleme hakkı olduğunu peşinen kabul eder.

Medyada Karar Vericiler ve Medya Mensupları;

26. 'Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ni temel alır ve ayrıca;

27. Haberi önyargısız ve tarafsız olarak değerlendirir, kamuoyunun doğru bilgi ve habere ulaşması dışında bir amaç güderek haber yapmaz.

28. Başlık, spot, altyazı ve tanıtım metinlerinin görsellerini haberinin bir parçası olarak görür. Bunlardan haber içeriğiyle örtüşmeyenler hakkında üstlerine bildirimde bulunur, haberinin yanlış değerlendirilmesine neden olan uygulamaların takipçisi olur.

29. Yayın öncesinde, habere konu tarafların içerikle ilgili görüşlerine makul bir zaman diliminde başvurur.

30. Habere konu taraf ile konusunda uzman ve yetkin bir temsilcinin muhatap olmasına özen gösterir.

31. İş ve özel alan ile dijital ortama izinsiz girmez, izinsiz dinleme ve görüntüleme yapmaz.

32. Kişisel ve kurumsal çıkarı için ayrıcalık talep edemez.

33. Haber amaçlı edindiği herhangi bir bilgiyi, kendisinin veya yakınlarının çıkarı için kullanmaz; edindiği bilgi, maddi/ticari çıkarına olduğu takdirde, durumu ivedilikle açıklar.

34. Hatalı bilgi yayınlandığı takdirde; cevap hakkı ve düzeltme sürecinde işbirliği yapar.

35. Ambargolu haberlerde, haber kaynağının belirlediği ve/veya meslektaşlar arasında centilmenlik anlaşmasıyla belirlenen yayın zamanına uygun davranır. Bu tür kısıtlamaların dijital, sosyal mecraları ve kişisel hesapları da kapsadığını kabul eder.

36. Kaynağını gizleyerek kullanması veya sadece konunun/haberin arka planını değerlendirebilmesi için verilen kayıt dışı (Off the Record) bilgiyi kaynağın belirlediği koşullara aykırı olarak kullanmaz. Haber kaynaklarının verdiği özel bilgilerin gizliliğini ve talep edilmişse kaynağın kimliğini titizlikle korur.

37. Reklam servislerinden gelen haber taleplerini, reklam vaadi veya tehdidi ile gelen haberleri değerlendirmemeyi bir meslek ilkesi olarak kabul eder.

38. Nakdi veya ayni olarak belgeli ödeme karşılığında hazırlanan içeriklerin, editörler tarafından belirlenmiş içerikten ayrılması için özen gösterir. Bu tür içeriklerin 'Advertorial', 'Reklam' veya 'Haber-İlan' olduğunun yayın sırasında açıkça belirtilmesi konusundaki yasal zorunluluğu yerine getirmeyi itibarlarının bir gereği olarak kabul eder.

İşbu kılavuz doküman, öncelikle, tarafların beyanı ve taahhüdü olarak imzalanmak üzere hazırlanmıştır.

Taraflar, bu taahhüdü vererek;
– Kendilerine bağlı üyeleri de kılavuz doküman içeriği hakkında bilgilendirmek, onlara bu ilkeleri benimsetmek ve dokümanı geliştirmek üzere birlikte çalışacaklarını da beyan etmiş bulunmaktadır.

– Bu kılavuz dokümanın, ilgili tüm paydaşlar tarafından kabulü için çalışacaktır.

Taraflar; uygulama, gözlemleme, uygulama hataları ile ilgili bir uyarı sistemi ve denetim mekanizmasının oluşturulması için gerekli çabayı göstermeyi de taahhüt etmektedir.

19 Şubat 2018

Bilişim Medyası Derneği (BMD)

Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD)

İletişim Danışmanlığı Şirketleri Derneği (İDA)

Kurumsal İletişimciler Derneği (KİD)

Reklamverenler Derneği (RVD)

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC)

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)

TOBB Medya ve İletişim Meclisi

Türk Sanayicileri ve İşinsanları Derneği (TÜSİAD)